

Министерство культуры Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Факультет социально-культурных технологий
Кафедра управления и экономики социально-культурной сферы

**ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
ПРОДАЖ**

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки:

43.04.02 «Туризм»

Профиль подготовки:

«Экономика и управление в сфере туризма»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Форма обучения:

Очная, заочная

Кемерово

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм», квалификация (степень) выпускника «магистр».

Утверждена на заседании кафедры управления и экономики социально-культурной сферы рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/> 19.05.2023 г., протокол № 12.

Переутверждена на заседании кафедры управления и экономики социально-культурной сферы рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/> 02.04.2024, протокол № 10.

Переутверждена на заседании кафедры управления и экономики социально-культурной сферы рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru/> 07.04.2025, протокол № 8.

Продвижение туристского продукта и современные технологии продаж: рабочая программа дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм», профилю подготовки «Экономика и управление в сфере туризма», квалификация (степень) выпускника «магистр» / Сост. М.В. Лазарева. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2023. – 13 с. – Текст: непосредственный.

Составитель:
М.В. Лазарева

1. Цели освоения дисциплины: формирование у обучающихся знаний системы маркетинга туристического продукта и его продвижения, стратегии продаж туристических продуктов, а также приобретение умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей потребителей турпродукта.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Продвижение туристского продукта и современные технологии продаж» входит в обязательную часть образовательной программы по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм», квалификация (степень) «магистр». Дисциплина изучается во 3 семестре.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций		
	знать	уметь	владеть
ОПК-1. Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма	- формирование технологической концепции туристского предприятия (ОПК-1)	- управлять процессом внедрения технологических новаций в деятельность предприятий сферы туризма (ОПК-1)	- навыками организовать процесс внедрения программного обеспечения в сфере туризма (ОПК-1)
ОПК-3. Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	- способы разработки и внедрения системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества (ОПК-3)	- оценивать качество оказания услуг в сфере туризма в соответствии со стандартами деятельности туристских предприятий, гостиниц и иных средств размещения, с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон (ОПК-3)	- методами внедрения системы управления качеством на предприятиях сферы туризма (ОПК-3)
ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма	- технологии маркетинговых исследований в профессиональной деятельности (ОПК-4)	- разрабатывать маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма (ОПК-4)	- навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность предприятий сферы туризма, в том числе с использованием сети Интернет (ОПК-4)

ОПК-5. Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	- технологии и методы стратегического анализа деятельности предприятий индустрии туризма (ОПК-5)	- обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма (ОПК-5)	- методами оценки эффективность управленческих решений на различных уровнях управления туристской деятельностью (ОПК-5)
--	--	--	---

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника:

Профессиональные стандарты	Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции
Профессиональный стандарт «Экскурсовод (гид)»	Организация деятельности по реализации экскурсионных услуг	Прогнозирование и планирование объёмов реализации услуг; Руководство маркетингом и продажами экскурсионных услуг.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины (модуля) организуется путем проведения практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка включает в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанной с будущей профессиональной деятельностью.

Промежуточная аттестация – зачет.

Тематический план дисциплины для очной формы обучения

№/№	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоёмкость (в часах)					
			Всего	Лекции	Прак. раб.	Конс	В т.ч. ауд. занятия в интерактивной форме*	СРО
Раздел 1. Стратегии продвижения и продаж туристского продукта								
1.1.	Тема 1.1 Нормативно-правовое обеспечение организации продаж туристского продукта	3	16	2	2/2*	4	2*Круглый стол	8

1.2.	Тема 1.2. Методы анализа внутренней и внешней среды	3	14	2	2/2*	2	2*Ситуационные задания	8
1.3.	Тема 1.3 Разработка стратегии продаж и продвижение туристского продукта	3	14	2	2	2		8
Раздел 2. Основные технологии продаж туристского продукта								
2.1.	Тема 2.1. Современные маркетинговые технологии	3	16	2	2	4		8
2.2.	Тема 2.2. Методы анализа запросов потребителей и объёмов продаж. Клиентоориентированность при организации продаж туристского продукта.	3	16	4	4/2*	2	2*Лекция беседа	8
Раздел 3. Организация продаж туристского продукта								
3.1.	Тема 3.1. Подготовка к реализации и методы продаж турпродуктов	3	16	2	2/2*	4	2*Дискуссия	8
3.2.	Тема 3.2. Создание агентской сети и агентский договор	3	14	2	2	2		8
	Итого:		108	16	16	20	8*	56

* 8 часов занятий в интерактивной форме, т. е 25 % аудиторных занятий реализуется с использованием интерактивных форм.

Тематический план дисциплины для заочной формы обучения

№/№	Наименование модулей (разделов) и тем	Семестр	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)					СРО
			Всего	Лекции	Прак. раб.	Конс	В т.ч. ауд. занятия в интерактивной форме*	
Раздел 1. Стратегии продвижения и продаж туристского продукта								
1.1.	Тема 1.1 Нормативно-правовое обеспечение организации продаж туристского продукта	3	20	2	2/2*	4	2*Круглый стол	12
1.2.	Тема 1.2. Методы анализа внутренней и внешней среды	3	14			2		12
1.3.	Тема 1.3 Разработка стратегии продаж и продвижение туристского продукта	3	14			2		12
Раздел 2. Основные технологии продаж туристского продукта								
2.1.	Тема 2.1. Современные маркетинговые	3	18	2	2	4	2*Ситуацион	10

	технологии						ные задания	
2.2.	Тема 2.2. Методы анализа запросов потребителей и объёмов продаж. Клиентоориентированность при организации продаж туристского продукта.	3	12			2		10
Раздел 3. Организация продаж туристского продукта								
3.1.	Тема 3.1. Подготовка к реализации и методы продаж турпродуктов	3	18	2	2	4	2*Дискуссия	10
3.2.	Тема 3.2. Создание агентской сети и агентский договор	3	12			2		10
	Итого:		108	6	6	20	6*	76

* 6 часов занятий в интерактивной форме, т. 50 % аудиторных занятий реализуется с использованием интерактивных форм.

4.2 Содержание дисциплины

№ п/п	Содержание дисциплины (Разделы. Темы)	Результаты обучения	Виды оценочных средств; формы текущего контроля, промежуточной аттестации
Раздел 1. Управление документацией как объект цифровой трансформации			
1.1	Тема 1.1 Нормативно-правовое обеспечение организации продаж туристского продукта Организационно-правовые формы коммерческих организаций в сфере туризма Правовое регулирование трудовых отношений при осуществлении туристской деятельности Законодательная защита прав потребителей услуг туристской индустрии	Формируемые компетенции: ОПК-3. Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма. В результате изучения темы студент должен: Знать: - способы разработки и внедрения системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества (ОПК-3). Уметь: оценивать качество оказания услуг в сфере туризма в соответствии со стандартами деятельности туристских предприятий, гостиниц и иных средств размещения, с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон (ОПК-3). Владеть: методами внедрения системы управления качеством на предприятиях сферы туризма (ОПК-3).	Проверка результатов практических заданий (план-конспект)

1.2.	<p>Тема 1.2. Методы анализа внутренней и внешней среды</p> <p>Внутренняя среда туристской организации</p> <p>Внешняя среда туристской организации</p> <p>PEST и SWOT анализ</p>	<p>Формируемые компетенции: ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма.</p> <p>В результате изучения темы студент должен:</p> <p>Знать: технологии маркетинговых исследований в профессиональной деятельности (ОПК-4).</p> <p>Уметь: разрабатывать маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма (ОПК-4).</p> <p>Владеть: навыками внедрения маркетинговых стратегий и программ в деятельность предприятий сферы туризма, в том числе с использованием сети Интернет (ОПК-4).</p>	<p>Проверка результатов практических заданий</p>
1.3.	<p>Тема 1.3 Разработка стратегии продаж и продвижение туристского продукта</p> <p>Стратегия продаж в туризме</p> <p>Стратегия следования за клиентом</p> <p>Стратегия заманивания</p> <p>Альтернативные стратегии продаж</p> <p>Система продвижения туристского продукта</p>	<p>Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений.</p> <p>В результате изучения темы студент должен:</p> <p>Знать: технологии и методы стратегического анализа деятельности предприятий индустрии туризма (ОПК-5).</p> <p>Уметь: обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма (ОПК-5).</p> <p>Владеть: методами оценки эффективности управленческих решений на различных уровнях управления туристской деятельностью (ОПК-5).</p>	<p>Отчет о выполнении практической работы, тестовый контроль</p>
Раздел 2. Основные технологии продаж туристского продукта			
2.1.	<p>Тема 2.1. Современные маркетинговые технологии</p> <p>Основные средства продвижения турпродукта на туристский рынок: межличностные (личная продажа, связи с общественностью) и неличностные (стимулирование сбыта, реклама).</p>	<p>Формируемые компетенции: ОПК-1. Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма</p> <p>В результате изучения темы студент должен:</p> <p>Знать: формирование технологической концепции туристского предприятия (ОПК-1).</p> <p>Уметь: управлять процессом внедрения технологических новаций в деятельность</p>	<p>Проверка результатов практических заданий; тестовый контроль</p>

		предприятий сферы туризма (ОПК-1). Владеть: навыками организовать процесс внедрения программного обеспечения в сфере туризма (ОПК-1).	
2.2.	Тема 2.2. Методы анализа запросов потребителей и объёмов продаж. Клиентоориентированность при организации продаж туристского продукта. Понятие клиентоориентированности турагентства. Клиенты турагентства и их потребности в путешествиях. Типы клиентов турагентства. Фазы приобретения турпродукта. Характеристики желаемых позитивных последствий: сила желаемых изменений, сила желания изменений, рациональность изменений.	Формируемые компетенции: ОПК-3. Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма. В результате изучения темы студент должен: Знать: - способы разработки и внедрения системы менеджмента качества в соответствии с национальными и международными стандартами качества (ОПК-3) Уметь: оценивать качество оказания услуг в сфере туризма в соответствии со стандартами деятельности туристских предприятий, гостиниц и иных средств размещения, с учетом мнения потребителей и других заинтересованных сторон (ОПК-3) Владеть: методами внедрения системы управления качеством на предприятиях сферы туризма (ОПК-3)	Проверка результатов практических заданий; тестовый контроль
Раздел 3. Организация продаж туристского продукта			
3.1.	Тема 3.1. Подготовка к реализации и методы продаж турпродуктов. Технологии персональной продажи в туризме. Цифровые технологии продвижения и продаж в туризме	Формируемые компетенции: ОПК-1. Способен формировать технологическую концепцию туристской организации, организовывать внедрение технологических новаций и программного обеспечения в сфере туризма В результате изучения темы студент должен: Знать: формирование технологической концепции туристского предприятия (ОПК-1). Уметь: управлять процессом внедрения технологических новаций в деятельность предприятий сферы туризма (ОПК-1). Владеть: навыками организовать процесс внедрения программного обеспечения в сфере туризма (ОПК-1).	Проверка результатов практических заданий (план-конспект)
3.2.	Тема 3.2. Создание агентской сети и агентский договор. Способы стимулирования агентской деятельности: технологические, образовательные, нематериальные,	Формируемые компетенции: ОПК-5. Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений. В результате изучения темы студент	Проверка результатов практических заданий; тестовый контроль

	материальные.	<p>должен:</p> <p>Знать: технологии и методы стратегического анализа деятельности предприятий индустрии туризма (ОПК-5).</p> <p>Уметь: обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма (ОПК-5).</p> <p>Владеть: методами оценки эффективности управленческих решений на различных уровнях управления туристской деятельностью (ОПК-5).</p>	
			Промежуточная аттестация – зачет

5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

5.1. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии: технология полного усвоения, проблемного обучения, анализа ситуаций, моделирования.

Технология полного усвоения предполагает возможность освоения дисциплины каждым студентом посредством формирования различных компонентов их компетенции: при измерении компетенции учитываются знания, умения и владения, а сама компетенция как результат обучения интегрируется из этих компонентов на теоретическом, практическом уровнях обучения.

Технология анализа ситуации (кейс-метод) используется с целью связи теории и практики, так как требованиям к анализу является обязательная ссылка на теорию вопроса. Моделирование используется так же на всех уровнях обучения. Создаются структурно-логические схемы, обобщаются подходы, структурируются процессы.

Дисциплина предусматривает в основном наличие практических занятий. Для оценивания знаний и умений, диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: тестовый контроль, выполнение контрольных заданий.

5.2. Информационно-коммуникационные технологии

Активизацию самостоятельной работы обучающихся и контроль результатов и сроков освоения разделов и тем дисциплины обеспечивает использование таких интерактивных элементов «Электронной образовательной среды КемГИК», как «Лекция», «Задание» и «Тест».

Интерактивный элемент «Тест» включает различные типы вопросов и используется как одно из основных средств объективной оценки знаний студента в ходе самоконтроля, текущего и промежуточного контроля знаний по дисциплине.

Интерактивный элемент «Задание» позволяет преподавателю поддерживать обратную связь со студентом посредством проверки задания (отчетов о выполнении практических работ, учебных исследовательских проектов) в виде рецензии или комментариев, а также обеспечить индивидуальный подход к обучающимся с учетом их психофизиологических особенностей. Интерактивные элементы с возможностью обратной связи имеют особое значение для заочной формы обучения, поскольку позволяют не только контролировать выполнение студентом заданий (контрольных работ), но и мотивировать его самоподготовку в межсессионный период.

Интерактивный элемент «Лекция» позволяет повторять и закреплять теоретические вопросы курса, выстраивать обратную связь с педагогом, путем выполнения включенных тестовых и практических заданий.

Использование интерактивных элементов «Лекция», «Задание» и «Тест» также обеспечивает фиксацию хода образовательного процесса, результатов текущей и промежуточной успеваемости обучающихся по дисциплине.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Материалы для организации самостоятельной работы обучающихся по данной дисциплине размещены в «Электронной образовательной среде» (<http://edu.kemguki.ru>) и включают:

Организационные ресурсы

- Тематический план дисциплины для обучающихся очной формы обучения
- Тематический план дисциплины для обучающихся заочной формы обучения

Учебно-практические ресурсы

- Описания практических заданий и работ

Учебно-методические ресурсы

- Методические указания по подготовке к практическим занятиям
- Методические рекомендации по разработке электронной презентации
- Методические указания по организации и проведению дискуссии
- Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы.

Учебно-наглядные ресурсы

- Электронные презентации

Учебно-библиографические ресурсы

- Список рекомендуемой литературы

Фонд оценочных средств

- Контрольные вопросы по разделам дисциплины
- Вопросы к зачету
- Тесты по разделам

6.2. Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся (СРО) является обязательным видом учебной работы по дисциплине, выполняется в соответствии с выданным преподавателем заданием и в установленные сроки.

Самостоятельная работа студентов включает изучение учебной, научной, периодической литературы, первоисточников, выполнение письменных заданий, выполнение тестовых заданий, написание рефератов, выполнение практических заданий.

Для диагностики формируемых компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос в ходе проведения всех видов занятий; проверка выполнения письменных заданий, установленных планом самостоятельной работы студента; тестирование; форма промежуточной аттестации – зачет.

Содержание самостоятельной работы обучающихся

Темы для самостоятельной работы обучающихся	Количество часов		Виды заданий и содержание самостоятельной работы
	Для очной формы обучения	Для заочной формы обучения	
Раздел 1. Стратегии продвижения и продаж туристского продукта			
Тема 1.1 Нормативно-правовое обеспечение организации продаж туристского продукта	8	12	Самостоятельное изучение теоретического материала; подготовка к дискуссии; подготовка к тестированию
Тема 1.2. Методы анализа внутренней и внешней среды	8	12	Самостоятельное изучение теоретического материала; подготовка к тестированию

Тема 1.3 Разработка стратегии продаж и продвижение туристского продукта	8	12	Самостоятельное изучение теоретического материала; подготовка к тестированию
Раздел 2. Основные технологии продаж туристского продукта			
Тема 2.1. Современные маркетинговые технологии	8	10	Самостоятельное изучение теоретического материала; подготовка к тестированию
Тема 2.2. Методы анализа запросов потребителей и объёмов продаж. Клиентоориентированность при организации продаж туристского продукта.	8	10	Самостоятельное изучение теоретического материала; подготовка к тестированию
Раздел 3. Организация продаж туристского продукта			
Тема 3.1. Подготовка к реализации и методы продаж турпродуктов	8	10	Подготовка к дискуссии
Тема 3.2. Создание агентской сети и агентский договор	8	10	Самостоятельное изучение теоретического материала; подготовка к тестированию
	56	76	Подготовка к зачету

7. Фонд оценочных средств

Включает оценочные средства для текущего контроля успеваемости и для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в электронной информационно-образовательной среде (<https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=4482>).

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература

1. Очилова, Х. Ф. Маркетинг туризма : учебник : [16+] / Х. Ф. Очилова, М. Амонбоев. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 176 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=689008> (дата обращения: 26.09.2024). – ISBN 978-5-4499-3151-1. – DOI 10.23681/689008. – Текст : электронный.

2. Симонова, Т. Ю. Технологии продаж в туризме и гостеприимстве : учебное пособие : [16+] / Т. Ю. Симонова, Е. И. Макринова, Е. О. Святая. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 180 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690378> (дата обращения: 26.09.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3162-7. – DOI 10.23681/690378. – Текст : электронный.

8.2. Дополнительная литература

3. Котлер, Ф. Маркетинг : гостеприимство, туризм : учебник / Ф. Котлер, Боуэн Джон, Мейкенз Джеймс. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 1071 с. : табл., граф., ил, схемы – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684885> (дата обращения: 26.09.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01263-6. – Текст : электронный.

4. Гришко, Н. И. Менеджмент в туризме : учебное пособие / Н. И. Гришко. – Минск : РИПО, 2020. – 277 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599734> (дата обращения: 26.09.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-7234-37-0. – Текст : электронный.

8.3. Программное обеспечение

ВУЗ располагает необходимыми программным обеспечением:

Технические средства обучения:

для лекции - мультимедийный проектор, персональный компьютер, экран, акустическая система, подключенный к сети Интернет;

для практических (лабораторных) работ - компьютерный класс, подключенных к сети Интернет;

для самостоятельных работ - персональный компьютер, подключенный к сети Интернет.

Программное обеспечение:

- лицензионное программное обеспечение:

Операционная система – MS Windows (10, 8,7, XP)

Офисный пакет – Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)

- свободно распространяемое программное обеспечение:

Офисный пакет – LibreOffice

Браузер - Mozilla Firefox (Internet Explorer)

Служебные программы - Adobe Reader, Adobe Flash Player

9. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается:

– адаптированная образовательная программа,

– индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья - устанавливаются адаптированные формы проведения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей:

– для лиц с нарушением зрения задания предлагаются с укрупненным шрифтом,

– для лиц с нарушением слуха – оценочные средства предоставляются в письменной форме с возможностью замены устного ответа на письменный ответ,

– для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата - двигательные формы оценочных средств – заменяются на письменные или устные с исключением двигательной активности. При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для выполнения задания.

При выполнении заданий для всех групп лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается присутствие индивидуального помощника-сопровождающего для оказания технической помощи в оформлении результатов проверки сформированности компетенций.

10. Перечень ключевых слов

Агентский договор

Аннуляция поездки

Договор комиссии

Договор поручения

Инклюзив-тур

Качество туристского обслуживания

Качество туристской услуги

Конъюнктура рынка

Направляющая сторона

Покупательский (туристский) спрос

Претензии к качеству туристского продукта

Принимающая сторона

Продвижение туристского продукта

Программа туристского путешествия

Туристская деятельность

Туристский продукт (пакет туристских услуг)

Туристская путевка

Содержание рабочей программы дисциплины

1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Структура и содержание дисциплины	4
4.1. Структура дисциплины	4
4.2. Содержание дисциплины	6
5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии	9
5.1 Образовательные технологии	9
5.2 Информационно-коммуникационные технологии	9
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	10
6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся	10
6.2. Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы	10
7. Фонд оценочных средств	11
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	11
8.1. Основная литература	11
8.2. Дополнительная литература	11
8.3. Программное обеспечение	11
9. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	12
10. Перечень ключевых слов	12