

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт географии, геологии, туризма и сервиса

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
качеству образования – первый
проректор
_____уров
подпись

«31» мая 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.31 МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ

Направление подготовки	<u>43.03.01 «Сервис»</u>
Направленность (профиль)	Менеджмент бизнеса в сфере сервиса, туризма и гостеприимства
Форма обучения	<u>Очная</u>
Квалификация	<u>Бакалавр</u>

Краснодар 2024

Рабочая программа дисциплины «МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 43.03.01 Сервиса

код и наименование направления подготовки

Программу составила:

Т.А. Рововая, профессор кафедры международного туризма и менеджмента, д-р философ. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



подпись

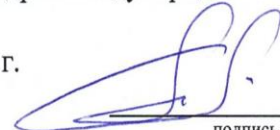
Рабочая программа дисциплины «МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ» утверждена на заседании кафедры международного туризма и менеджмента

протокол № 12 « 06 » мая 2024 г.

Заведующий кафедрой

Беликов М.Ю.

фамилия, инициалы



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии Института географии, геологии, туризма и сервиса

протокол № 06 « 15 » мая 2024 г.

Председатель УМК ИГТТС Филобок А.А.

фамилия, инициалы



подпись

Рецензенты:

1. Уманский П.В –директор ООО «Автореал»

2. Филобок А.А., канд. геогр. наук, доцент кафедры экономической, социальной и политической географии, г. Краснодар

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины – раскрыть совокупность методов, форм и средств управления развитием туристских дестинаций.

1.2 Задачи дисциплины

- сформировать представления о туристской дестинации как элементе системы туризма,
- рассмотреть кластерный подход в управлении туристскими дестинациями,
- изучить маркетинг туристских дестинаций,
- изучить управление конкурентоспособностью, инвестиционной привлекательностью туристских дестинаций,
- раскрыть роль стратегического управления и управления устойчивым развитием в туристских дестинациях.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Менеджмент туристских дестинаций» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Изучение дисциплины «Менеджмент туристских дестинаций» базируется на изучении дисциплин «Менеджмент в сфере сервиса, туризма и гостеприимства», «География сферы услуг», «Туристско-рекреационные системы».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
ОПК-2 Способен осуществлять основные функции управления сервисной деятельностью	
ИОПК-2.1 Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями предприятий сферы сервиса	Знает принципы управления туристскими территориями. Умеет осуществлять управленческие функции в рамках маркетинга, инвестиционного и стратегического менеджмента туристских дестинаций. Владеет навыками разработки и осуществления управленческих процессов в туристских дестинациях на принципах устойчивого развития.
ИОПК-2.2 Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса	Знает принципы организации конкурентоспособной инновационной деятельности. Умеет разрабатывать маркетинговые стратегии региона, бренд туристской дестинации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию, а также формировать систему маркетинга туристской дестинации на международном и внутреннем туристских рынках. Владеет способностью управлять проектом создания туристско-рекреационного кластера, методами учета влияния глобальных тенденций на среду международного туристского и гостинично-ресторанного бизнеса.

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>)
ИОПК-2.3 Осуществляет контроль деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса.	Знает теоретические основы маркетинга туристских дестинаций Умеет анализировать социально значимые проблемы и процессы в туристской дестинации, оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование туристских организаций и органов государственного и муниципального управления, Владеет навыками проведения исследований в туристских дестинациях, способностями формулировать, интегрировать и координировать политику в области устойчивого туризма для государственного и частного секторов на местном, национальном и международном уровнях.

Результаты обучения по дисциплине достигаются в рамках осуществления всех видов контактной и самостоятельной работы обучающихся в соответствии с утвержденным учебным планом.

Индикаторы достижения компетенций считаются сформированными при достижении соответствующих им результатов обучения.

2 Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице.

Виды работ	Всего часов	Форма обучения
		очная
		7 семестр
Контактная работа, в том числе:	55,2	55,2
Аудиторные занятия (всего):	59	59
занятия лекционного типа	16	16
практические занятия	34	34
Иная контактная работа:	5,2	5,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:	52,8	52,8
Реферат/эссе (подготовка)	20	20
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	20	20
Подготовка к текущему контролю	12,8	12,8
Общая трудоемкость	час.	108
	в том числе контактная работа	55,2
	зач. ед	3

2.2 Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (4 курсе) (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Туристская дестинация как элемент системы туризма	12	2	4	-	6
2.	Кластерный подход в управлении туристскими дестинациями	14	2	4	-	8
3.	Маркетинг туристских дестинаций	12	2	4	-	6
4.	Управление конкурентоспособностью туристских дестинаций	14	2	4	-	8
5.	Управление инвестиционной привлекательностью туристских дестинаций	14	2	6	-	6
6.	Стратегическое управление развитием туристских дестинаций	16	2	6	-	8
7.	Управление устойчивым развитием в туристских дестинациях	20,8	4	6	-	10,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	102,8	16	34	-	52,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	5				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов (тем) дисциплины

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Туристская дестинация как элемент системы туризма	Современные научные подходы и определения термина «туристская дестинация. Типология туристских дестинаций. Ресурсы и условия формирования туристских дестинаций. Жизненный цикл туристских дестинаций.	У
2.	Кластерный подход в управлении туристскими дестинациями	Понятие кластера. Классификация туристско-рекреационных кластеров. Экономическая сущность туристско-рекреационных кластеров. Управление туристско-рекреационными кластерами. Государственное регулирование развития туристско-рекреационных кластеров в РФ.	У
3.	Маркетинг туристских дестинаций	Территориальный маркетинг в туристских дестинациях. Формирование маркетинговой стратегии туристских дестинаций. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций туристских дестинаций. Бренд-менеджмент туристских дестинаций. Управление маркетингом туристских дестинаций.	У
4.	Управление конкурентоспособностью туристских дестинаций	Конкуренция и конкурентоспособность туристских дестинаций. Оценка конкурентоспособности туристских дестинаций. Управление конкурентоспособностью и привлекательностью туристских дестинаций.	У

5.	Управление инвестиционной привлекательностью туристских дестинаций	Инвестиции: виды, формы, классификации. Инвестиционная политика в туристских дестинациях. Механизм привлечения инвестиций в туристские дестинации на принципах государственно-частного партнерства. Оценка эффективности инвестиций в туристских дестинациях.	У
6.	Стратегическое управление развитием туристских дестинаций	Стратегическое планирование развития туристских дестинаций. Стратегическое управление туристскими дестинациями. Государственная политика в области развития туристских дестинаций в РФ.	У
7.	Управление устойчивым развитием в туристских дестинациях	Концепция устойчивого развития туризма. Внедрение стратегий устойчивого развития туризма в туристских дестинациях. Мониторинг системы управления устойчивым развитием туризма регионов России	У, Л
Примечание: У – устный опрос, Л – лекция-дискуссия			

2.3.2 Занятия семинарского типа (практические занятия)

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1.	Туристская дестинация как элемент системы туризма	Сложность формулирования единого понятия туристской дестинации. Основные теоретические подходы к определению туристской дестинации. Концепция территориальной рекреационной системы. Черты различий в теориях ТРС и дестинаций. Классификация дестинаций. Теория жизненного цикла дестинаций С. Плога и типы туристов. Теория жизненного цикла дестинации Р. Батлера.	У
2.	Кластерный подход в управлении туристскими дестинациями	Различия между понятиями «туристский кластер» и «туристская дестинация». Классификация российских кластеров по принципам классификации. Определение видов туристских кластеров по специализации по аналогии с определением автотуристского кластера. Экономическая сущность кластерной организации туристской индустрии. Этапы развития российских туристских кластеров в соответствии с принятыми этапами достижения синергетического эффекта. Индикаторы эффективности деятельности туристско-рекреационных кластеров. Кластерная политика РФ в области развития туризма.	У, Т
3.	Маркетинг туристских дестинаций	Основные положения территориального маркетинга. Особенности маркетинга дестинаций. Эффективность применения основных элементов маркетинговых коммуникаций в продвижении дестинаций. Основные принципы процесса брендинга дестинаций. Анализ формирующихся брендов туристских дестинаций российских регионов. Анализ работы одной из национальных туристских организаций по продвижению национального туристского продукта на российском туристском рынке.	У, Т, ПР
4.	Управление конкурентоспособностью туристских дестинаций	Роль конкуренции в формировании и развитии туристской дестинации. Соответствия между стадиями конкуренции региона и фазами жизненного цикла туристской дестинации. Потенциальные, существующие и реально достижимые конкурентные преимущества туристской дестинации на выбор. Основные элементы вовлечения местного населения в развитие туристской дестинации.	У

5.	Управление инвестиционной привлекательностью туристских дестинаций	Анализ Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации»: механизмы реализации, комплекс организационных и экономических мероприятий по достижению целей и решению задач программы.	У
6.	Стратегическое управление развитием туристских дестинаций	Цели и задачи стратегического управления туристскими дестинациями. Анализ целевой программы развития туризма субъекта России на выбор: определение миссии, стратегических целей, задач, основных мероприятий. Механизмы стратегического управления развитием туристских дестинаций национального, регионального, локального масштабов.	У
7.	Управление устойчивым развитием в туристских дестинациях	Важность принципов устойчивого туризма в развитии туристской дестинации. Анализ Хартии туризма: основные положения. Анализ Осакской конвенции: основные положения. Мероприятия по формированию системы устойчивого туризма в туристской дестинации. Способы решения проблемы конфликта интересов между сохранением окружающей среды и экономической выгоды. Экономическая эффективность устойчивого туризма для туристских дестинаций.	У, С
Примечание: У – устный опрос, Р – реферативная работа, ПР – практическая работа, Т – тест, С – семинар-дискуссия			

При изучении дисциплины могут применяться электронное обучение, дистанционные образовательные технологии в соответствии с ФГОС ВО.

2.3.3 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрено.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	Подготовка к устному опросу	Подготовка к текущему контролю, промежуточной и государственной итоговой аттестации: Методические указания / В.В. Миненкова, А.В. Мамонова, А.В. Коновалова. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2019
2	Подготовка к лекции-дискуссии	
3	Подготовка к семинару-дискуссии	
4	Подготовка к практическим работам	
5	Подготовка реферативных работ	
6	Подготовка к зачету	

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В ходе изучения дисциплины предусмотрено использование следующих образовательных технологий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Компетентностный подход в рамках преподавания дисциплины реализуется в использовании интерактивных технологий и активных методов (мозгового штурма, разбора конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой.

Информационные технологии, применяемые при изучении дисциплины: использование информационных ресурсов, доступных в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Адаптивные образовательные технологии, применяемые при изучении дисциплины – для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Менеджмент туристских дестинаций».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме тестовых заданий, доклада-презентации по проблемным вопросам, ситуационных задач (кейсов) и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачету.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Код и наименование индикатора (в соответствии с п. 1.4)	Результаты обучения (в соответствии с п. 1.4)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	ИОПК-2.1 Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями предприятий сферы сервиса	Знает принципы управления туристскими территориями. Умеет осуществлять управленческие функции в рамках маркетинга, инвестиционного и стратегического менеджмента туристских дестинаций. Владеет навыками разработки и осуществления управленческих процессов в туристских дестинациях на принципах устойчивого развития.	Вопросы для устного опроса, реферат, дискуссия, практическая работа	Вопрос на зачете 1-10
2	ИОПК-2.2 Использует основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса	Знает принципы организации конкурентоспособной инновационной деятельности. Умеет разрабатывать маркетинговые стратегии региона, бренд туристской дестинации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию, а также формировать систему маркетинга туристской дестинации на международном и внутреннем туристских рынках.	Вопросы для устного опроса, реферат, дискуссия, практическая работа, разбор ситуационных задач, тест	Вопрос на зачете 11-28

		Владеет способностью управлять проектом создания туристско-рекреационного кластера, методами учета влияния глобальных тенденций на среду международного туристского и гостинично-ресторанного бизнеса.		
3	ИОПК-2.3 Осуществляет контроль деятельности предприятий (подразделений) предприятий сферы сервиса.	Знает теоретические основы маркетинга туристских дестинаций. Умеет анализировать социально значимые проблемы и процессы в туристской дестинации, оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование туристских организаций и органов государственного и муниципального управления. Владеет навыками проведения исследований в туристских дестинациях, способностями формулировать, интегрировать и координировать политику в области устойчивого туризма для государственного и частного секторов на местном, национальном и международном уровнях.	Вопросы для устного опроса, реферат, дискуссия, разбор ситуационных задач	Вопрос на зачете 29-36

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный перечень вопросов и заданий

Вопросы для устного обсуждения к лекции-дискуссии по разделу «Управление устойчивым развитием в туристских дестинациях»:

1. Концепция устойчивого развития туризма.
2. Внедрение стратегий устойчивого развития туризма в туристских дестинациях.
3. Мониторинг системы управления устойчивым развитием туризма регионов России.

Вопросы для устного обсуждения к семинару-дискуссии по разделу «Управление устойчивым развитием в туристских дестинациях»:

1. Важность принципов устойчивого туризма в развитии туристской дестинации.
2. Анализ Хартии туризма: основные положения.
3. Анализ Осакской конвенции: основные положения.
4. Мероприятия по формированию системы устойчивого туризма в туристской дестинации.
5. Способы решения проблемы конфликта интересов между сохранением окружающей среды и экономической выгоды.
6. Экономическая эффективность устойчивого туризма для туристских дестинаций.

Тематика рефератов

1. Определения: «туризм», «туристическая дестинация», «туристический сектор», «турист», «туристический продукт».

2. Стейкхолдеры. Виды туризма. Международные документы, регламентирующие туристическую деятельность.
3. Понятие туристской дестинации. Факторы и признаки дестинации.
4. Менеджмент дестинации как направление подготовки концептологов туризма. Концепт маркетинговой дестинации.
5. Цепочка ценности туристической дестинации.
6. Типы и уровни туристических дестинаций (Ричи и Крауч).
7. 10 А успешной туристической дестинации (Моррисон).
8. Жизненный цикл туристической дестинации. Конкуренетоспособность туристической дестинации.
9. Мотивы туристов. Pull b Push факторы. Психографические типы туристов (Кинг и Хайд).
10. Costomer segmentations and value proposition .Segmentations Gfk Roper Cjnsuner Styles (RCS).
11. Практика применения для определения маркетинговой стратегии туристической компании (в т.ч. туристической дестинации), конкурентных преимуществ.
12. Сравнительная характеристика типов туристов разных стран и влияние на бизнес туристической дестинации.
13. Методики измерения удовлетворенности туристов путешествием (CSQ).
14. Кластерный подход к устойчивому развитию туристских дестинаций. Понятие региональный туристский кластер и его характеристика.
15. Развитие корпоративных ценностей: специальные туристические программы в социальной сфере.
16. Основные подходы к разработке региональных (местных) проектов и программ.
17. Разработка и экономическое обоснование проектов развития туристских дестинаций.
18. Специфика организации туристических дестинаций в разных странах.
19. Принципы построения системы управления туристической дестинацией.
20. Маркетинговые инструменты продвижения дестинации.
21. Функции PR в развитии туристской дестинации.
22. Туристские кластеры в России.
23. Типология туристских объектов на основе контент-анализа.
24. Расчет параметров тура.
25. Три группы формирования туристских центров.

***Практическая работа
по разделу «Маркетинг туристских дестинаций»***

Проведите анализ формирующихся брендов туристских дестинаций российских регионов, пользуясь материалами сайтов туристских информационных центров. Результаты представьте в виде таблицы:

№	Туристская дестинация	Регион	Слоган бренда	Официальный образ (логотип) бренда	Ваше видение бренда

***Тест
по разделу «Кластерный подход в управлении туристскими дестинациями»***

1. Какой исследователь создал общеэкономическую теорию кластеров? Выберите один правильный ответ.

С. Плогг
М. Портер
Р. Батлер
Р. Виннер

2. Дополните определение ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма 2011–2018 гг.» «_____» – представляют собой комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности – коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой».

Автотуристские кластеры
рекреационные кластеры
туристские кластеры
туристско-рекреационные кластеры

3. Предприятия, обеспечивающие питание туристов, входят. Выберите один правильный ответ:

в смежные предприятия
в инфраструктуру кластера
в ядро кластера
в основу кластера

4. В чем коренное отличие понятий «кластер» и «дестинация»? Выберите один правильный ответ:

кластер слишком мал для дестинации
кластер – общность предприятий
кластер не зависит от туристских потоков
кластер не зависит от территории и ее ресурсов

5. Какова основная цель создания в Российской Федерации сети автотуристских кластеров? Выберите один правильный ответ:

развитие внутреннего туризма
повышение качества дорожной инфраструктуры
развитие автодорожной сети

6. Какая область *не входит* в кластер «Золотое кольцо России»? Выберите один правильный ответ:

Владимирская
Костромская
Тульская
Ивановская
Московская
Ярославская

7. Какой из параметров *не определяет* экономическую сущность кластерного подхода в управлении туристскими дестинациями? Выберите один правильный ответ:

наличие добавленной стоимости
увеличение возможностей по привлечению инвестиций
повышение эффективности в сочетании конкуренции и кооперации
увеличение конкурентоспособности
снижение налогового бремени

8. Отметьте признаки развитого туристского кластера. Выберите один или несколько вариантов:

- формирование единого бренда
- разрозненное продвижение турпродуктов
- кластер стремится преодолевать проблемы самостоятельно, в одиночку
- наличие узких мест в структуре
- разветвленная сеть опорных пунктов и коммуникаций

Тест
по разделу «Маркетинг туристских дестинаций»

1. Для достижения какой из целей маркетинга дестинаций прежде всего используется инструмент «предварительные и ретроспективные исследования осведомленности и предпочтений потребителей»? Выберите один правильный ответ:

- рост прямых и косвенных расходов туристов
- сглаживание сезонных колебаний
- улучшение имиджа
- привлечение туристов
- расширение территориального охвата

2. По охвату рынку выделяют маркетинг. Выберите один или несколько вариантов:

- массовый
- дифференцированный
- концентрированный
- интегрированный

3. Как в маркетинге дестинаций и в нормативных документах РФ в области регулирования туризма расшифровывается аббревиатура ТИЦ? Выберите один правильный ответ:

- туристский инвестиционный центр
- транспортный инфраструктурный центр
- туристский информационный цикл
- туристский информационный центр

4. Расставьте по порядку реализации основные этапы создания и реализации маркетинговой программы дестинации. Расставьте в правильном порядке:

- выявление ресурсов для выполнения маркетинговой программы
- анализ внешней среды
- тактическая программа
- общие и специфические цели деятельности
- цели относительно развития рынка (его доля, объемы продаж)
- оценка и контроль
- стратегия маркетинга
- анализ внутренней среды

5. Может ли международное (национальное) спортивное мероприятие быть инструментом маркетинга дестинаций? Выберите один правильный ответ:

- нет, никогда
- да, в любом случае
- да, в редких случаях проведения мегасобытий уровня олимпиады или чемпионата мира

да, при условии проведения специальных совместных действий

6. Какой элемент комплекса маркетинговых коммуникаций не характерен для маркетинга дестинаций? Выберите один правильный ответ:

- личные продажи
- пропаганда (PR)
- реклама
- стимулирование сбыта

7. Что представляет собой брендинг туристской дестинации? Выберите один правильный ответ:

- процесс продвижения туристского продукта дестинации
- процесс продвижения брендинговой концепции дестинации к потребителю
- процесс создания имиджа дестинации

8. Расставьте по порядку этапы процесса брендинга дестинации. Расставьте в правильном порядке:

- создание атрибутики бренда
- оценка целесообразности вывода бренда на рынок
- позиционирование бренда
- стратегический анализ рынка с использованием маркетинговых технологий

9. Предполагает ли Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации 2011–2018 гг.» финансирование маркетинговых мероприятий туристских дестинаций регионов РФ? Выберите один правильный ответ:

- да, в полном объеме за счет федерального бюджета
- нет, федеральный бюджет на эти цели не расходуется
- да, только на условиях государственно-частного партнерства без участия регионов
- да, на условиях софинансирования с региональным бюджетом и привлечением частных инвесторов

10. Какая деятельность не входит в задачи национальных туристских организаций (НТО) или Destination management organization (DMO)? Выберите один правильный ответ: содействие зарубежным компаниям в деле продвижения страны (региона) в качестве дестинации, которую приятно посетить

- предоставление информации и поощрение государственных и частных туристских организаций и предприятий к выходу на зарубежные рынки
- продажи туристского продукта дестинации на специализированных выставках
- оказание помощи государственным и частным туристским организациям и предприятиям в их рекламной деятельности за рубежом

***Ситуационные задачи для решения по разделу
«Управление инвестиционной привлекательностью туристских дестинаций»***

Создание туристской инфраструктуры в ОЭЗ «Ворота Байкада»

1. Прочитайте текст.
2. Выделите основные причины и факторы, которые много лет не позволяли эффективно развиваться особой экономической зоне в Бакальском регионе.
3. Опишите механизмы, которые позволяют региональным органам власти обеспечить функционирование ОЭЗ и работу резидентов.

Потенциальные инвесторы готовы вложить 1,6 млрд руб. в создание туристической инфраструктуры в ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Ворота Байкала», в которой за 13 лет ее существования зарегистрировались только восемь резидентов. В настоящее время 12 компаний проявляют интерес к работе в турзоне, у восьми из них есть концепции и бизнес-планы.

«В 2021 г. восемь компаний работали над формированием концепции, бизнес-планов инвестиционных проектов по созданию гостиничных и санаторно-курортных комплексов с общим планируемым объемом инвестиций порядка 1,6 млрд руб. Из них одна компания — ООО «Байкальская гора» — уже подала заявку в министерство на заключение соглашения об осуществлении деятельности в ОЭЗ. До конца года проект будет рассмотрен на экспертном совете. Еще три компании формируют комплект для подачи соответствующей заявки», — сказал собеседник агентства.

Всего интерес к работе в особой экономической зоне сейчас проявляют 12 потенциальных инвесторов. Как сообщили в министерстве, на территории турзоны насчитывается 18 свободных земельных участков общей площадью 173,17 га, которые могут быть предоставлены бизнесу. Еще 103,54 га находятся в аренде у действующих резидентов.

В министерстве отметили, что интерес бизнеса к турзоне вырос. Это произошло в том числе из-за того, что развитие моногорода Байкальска, который в нее входит, сейчас активно обсуждается на федеральном уровне. ВЭБ.РФ разработал мастер-план комплексного развития города, федеральные власти планируют масштабную реновацию в Байкальске. Кроме того, началась работа по ликвидации отходов Байкальского целлюлозно-бумажного комбината, который был градообразующим предприятием, но закрылся в 2013 г.

В турзоне из восьми действующих резидентов туристическую деятельность фактически осуществляет только один. Это якорный резидент — горнолыжный курорт «Гора Соболиная». Он получил этот статус в 2011 г. и за это время ввел в эксплуатацию пять объектов, создав 43 рабочих места. В 2021 г. еще два резидента приступили к строительству своих объектов — гостиниц, турбаз и банного комплекса. Они планируют ввести объекты в эксплуатацию в 2022 г., уточнили в министерстве.

Ожидается, что в следующем году к строительству приступят еще четыре резидента. Сейчас эти компании находятся в стадии проектирования и прохождения экспертиз. Они намерены возвести гостиничные комплексы, турбазы, рестораны, банно-оздоровительные комплексы, пассажирские подвесные канатные дороги.

Параллельно на средства бюджета создается инженерная и дорожная инфраструктура. В 2021 г. завершится строительство сети ливневой канализации и первой очереди сети электроснабжения Предгорного района.

Также заканчивается монтаж семи распределительных трансформаторных подстанций нового поколения. В 2021 г. в турзоне начались работы по созданию улично-дорожной сети с наружным освещением. Первую очередь сдадут в следующем году¹.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

1. Современные научные подходы и определения термина «туристская дестинация.
2. Концепция территориальной рекреационной системы.
3. Типология туристских дестинаций.
4. Ресурсы и условия формирования туристских дестинаций.
5. Жизненный цикл туристских дестинаций.
6. Теория жизненного цикла дестинаций С. Плога и типы туристов.
7. Теория жизненного цикла дестинации Р. Батлера.
8. Понятие кластера.
9. Классификация туристско-рекреационных кластеров.
10. Экономическая сущность туристско-рекреационных кластеров.
11. Этапы развития российских туристских кластеров в соответствии с принятыми этапами достижения синергетического эффекта.
12. Индикаторы эффективности деятельности туристско-рекреационных кластеров.
13. Управление туристско-рекреационными кластерами.
14. Государственное регулирование развития туристско-рекреационных кластеров в РФ.
15. Кластерная политика РФ в области развития туризма.
16. Территориальный маркетинг в туристских дестинациях.
17. Формирование маркетинговой стратегии туристских дестинаций.
18. Формирование комплекса маркетинговых коммуникаций туристских дестинаций.
19. Бренд-менеджмент туристских дестинаций.
20. Управление маркетингом туристских дестинаций.
21. Конкуренция и конкурентоспособность туристских дестинаций.
22. Оценка конкурентоспособности туристских дестинаций.
23. Управление конкурентоспособностью и привлекательностью туристских дестинаций.
24. Инвестиции: виды, формы, классификации.
25. Инвестиционная политика в туристских дестинациях.
26. Механизм привлечения инвестиций в туристские дестинации на принципах государственно-частного партнерства.
27. Оценка эффективности инвестиций в туристских дестинациях.
28. Стратегическое планирование развития туристских дестинаций.
29. Стратегическое управление туристскими дестинациями.
30. Государственная политика в области развития туристских дестинаций в РФ.
31. Механизмы стратегического управления развитием туристских дестинаций национального, регионального, локального масштабов.
32. Концепция устойчивого развития туризма.
33. Внедрение стратегий устойчивого развития туризма в туристских дестинациях.
34. Мероприятия по формированию системы устойчивого туризма в туристской дестинации.
35. Экономическая эффективность устойчивого туризма для туристских дестинаций.
36. Мониторинг системы управления устойчивым развитием туризма регионов России.

Критерии оценивания результатов обучения

Критерии оценивания по зачету:

«зачтено»	ставится студентам, ответ которых свидетельствует о глубоком знании материала по программе курса; знании концептуально–понятийного аппарата курса; знании литературы по курсу; знании материала по программе; в целом правильном, но не всегда точном и аргументированном изложении материала.
«не зачтено»	ставится студентам, имеющим существенные пробелы в знании основного материала по программе, допустившим принципиальные ошибки при изложении материала, а также не давшим ответа на вопрос.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

5.1. Учебная литература

1. Рассохина, Т. В. Менеджмент туристских дестинаций : учебник и практикум для вузов / Т. В. Рассохина. – 3-е изд., перераб. И доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 217 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-16585-2. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/531331> (дата обращения: 24.03.2024).

2. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 264 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-9916-9266-3. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/537625> (дата обращения: 24.03.2024).

3. Королева, О. В. Брендинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / О. В. Королева, Е. С. Милинчук. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 273 с. – (Высшее

образование). – ISBN 978-5-534-15348-4. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/544706> (дата обращения: 24.03.2024).

5.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

5.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. «Лекториум ТВ» <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;

6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru/>;
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Методические рекомендации по проведению лекции-дискуссии.

Лекция-дискуссия – один из наиболее эффективных способов для обсуждения острых, сложных и актуальных на текущий момент вопросов в любой профессиональной сфере, обмена опытом и творческих инициатив. Такая форма общения позволяет лучше усвоить материал, найти необходимые решения в процессе эффективного диалога. Условие развертывания продуктивной дискуссии – личные знания, которые приобретают студенты на лекциях и самостоятельной работе.

Особая роль в лекции-дискуссии отводится педагогу. Он должен: определить круг проблем и вопросов, подлежащих обсуждению; заинтересовать студентов темой лекции и кругом обсуждаемых проблем, стимулировать активное участие студентов в лекции-дискуссии, поощрять высказывание студентами собственного мнения по обсуждаемым вопросам; подобрать основную и дополнительную литературу по теме лекции для дополнительной подготовки студентов; распределять формы участия и функции студента в коллективной работе; готовить студентов к выбранному ролевому участию; подводить общий итог дискуссии.

Методические рекомендации по проведению устного опроса.

Каждое семинарское занятие по соответствующей тематике теоретического курса состоит из вопросов для подготовки, на основе которых проводится устный опрос каждого студента. Также после изучения каждого раздела студенты для закрепления проеденного материала пишут реферативные работы по дополнительным материалам курса.

Преподаватель заранее объявляет вопросы, которые будут рассматриваться на семинарском занятии. Студент должен внимательно ознакомиться с материалом, используя

предложенные преподавателем источники литературы и собственные информационные ресурсы. Студент при подготовке к семинару может консультироваться с преподавателем и получать от него наводящие разъяснения. После окончания устного опроса студентам выставляются оценки:

– оценка «зачтено» выставляется студенту, если вопросы раскрыты, изложены логично, без существенных ошибок, показано умение работать с картографическим материалом, продемонстрировано усвоение ранее изученных вопросов. Допускаются незначительные ошибки;

– оценка «не зачтено» выставляется, если не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей, или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; неумение работать с учебным материалом.

Методические рекомендации по проведению семинара-дискуссии.

Семинар-дискуссия – диалогическое общение участников, в процессе которого через совместное участие обсуждаются и решаются теоретические и практические проблемы курса. На обсуждение выносятся наиболее актуальные проблемные вопросы учебной дисциплины. Каждый из участников дискуссии должен: научиться точно выражать свои мысли в докладе или выступлении по вопросу; активно отстаивать свою точку зрения; аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию.

Условие развертывания продуктивной дискуссии – личные знания, которые приобретают студенты на лекциях и самостоятельной работе. Частью семинара-дискуссии могут быть элементы «мозгового штурма», «деловой игры».

Особая роль в семинаре отводится педагогу. Он должен: определить круг проблем и вопросов, подлежащих обсуждению; подобрать основную и дополнительную литературу по теме семинара для докладчиков и выступающих; распределять формы участия и функции студента в коллективной работе; готовить студентов к выбранному ролевому участию; подводить общий итог дискуссии.

Критерии оценки качества семинара-дискуссии:

1. Целенаправленность – постановка проблемы, стремление связать теорию с практикой, с использованием материала в будущей профессиональной деятельности.

2. Планирование – выделение главных вопросов, связанных с профилирующими дисциплинами, наличие новинок в списке литературы.

3. Организация семинара – умение вызвать и поддержать дискуссию, конструктивный анализ всех ответов и выступлений, наполненность учебного времени обсуждения проблем, поведение самого педагога.

4. Стиль проведения семинара – оживленный, с постановкой острых вопросов, возникающей дискуссией или вялый, не возбуждающий ни мыслей, ни интереса.

5. Отношение «педагог-студент» – уважительные, в меру требовательные, равнодушные, безразличные.

6. Управление группой – быстрый контакт со студентами, уверенное поведение в группе. Разумное и справедливое взаимодействие со студентами или наоборот, повышенный тон, опора в работе на лидеров. Оставляя пассивными других студентов. Замечания педагогу – квалифицированные, обобщающие или нет замечаний. Студенты ведут записи.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания практической работы.

Практическая работа является письменной самостоятельной работой студента по заданной теме и служит для усиления интереса студента к дисциплине, проявлению его способностей. Работа выполняется по определенному плану. При написании работы

студент должен внимательно ознакомиться с материалом, используя предложенные преподавателем источники литературы и собственные информационные ресурсы. Студент при написании работы может консультироваться с преподавателем и получать от него наводящие разъяснения. После сдачи и проверки работы студентам выставяются оценки:

– оценка «зачтено» выставляется студенту, если вопросы раскрыты, изложены логично, без существенных ошибок, показано умение работать с литературой, продемонстрировано усвоение ранее изученных вопросов. Допускаются незначительные ошибки;

– оценка «не зачтено» выставляется, если не раскрыто основное содержание задания; обнаружено незнание или непонимание большей, или наиболее важной части задания; допущены ошибки в определении понятий, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; неумение работать с литературой.

Методика выполнения реферативных работ и докладов.

Реферат (доклад) (от лат. *refereo* – докладываю, сообщаю, доношу, излагаю). Реферат (доклад) представляет собой краткое изложение содержания научных трудов, литературы и других источников по определенной теме. Объем реферата 7 – 15 листов, доклада 3 – 5 листов, время, отводимое на написание работы – от 1 недели до месяца. Подготовка реферата (доклада) подразумевает самостоятельное изучение студентом нескольких (не менее 3) источников литературы (монографий, научных статей, учебников и т.д.) по определённой теме, не рассматриваемой подробно на лекции, систематизацию материала и краткое его изложение. Цель написания реферата (доклада) – привитие студенту навыков краткого и лаконичного представления собранных материалов и фактов в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным отчетам, обзорам и статьям.

Реферативная работа состоит из следующих частей:

- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованных источников;
- приложения;

Во введении обосновывается актуальность выбранной темы исследования, характеризуется ее научное и практическое значение, формируются цели и задачи работы, определяется объект, предмет и методы исследования, источники информации для выполнения работы. Основная часть работы выполняется на основе изучения имеющейся отечественной и зарубежной научной и специальной литературы по исследуемой теме, интернет – источников. Основное внимание в основной части должно быть уделено критическому обзору существующих точек зрения по предмету исследования и обоснованной аргументации собственной позиции и взглядов автора реферата (доклада) на решение проблемы. В заключении отражаются основные результаты выполненной работы, выводы, и рекомендации, и предложения по их практическому использованию. В приложении помещаются по необходимости иллюстрированные материалы, имеющие вспомогательное значение (таблицы, схемы, диаграммы и т.п.).

Критерии оценки рефератов (докладов):

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «хорошо» ставится, если основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не

выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.

Оценка «не удовлетворительно» ставится, если тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, или реферат не представлен.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

Наименование специальных помещений	Оснащенность специальных помещений	Перечень лицензионного программного обеспечения
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа (г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149) ауд. И218	Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели – 52 шт.; доска учебная; Система компьютеризированная отображения аудиовизуальной информации; проектор Sharp PG-D2500X; экран;	Windows 10 Корпоративная, Microsoft Office профессиональный плюс 2016. Антивирусная защита физических рабочих станций и серверов: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Education Renewal License.
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149) ауд. И205	Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели – 24 стола + 48 стульев;.; доска учебная; видеопроектор Optoma; экран; преподавательская трибуна; ноутбук Lenovo B570 i3-2370M/4G500/nV410M/1G/DVDR W/Cam/W7HD/15,6HD	Windows 10 Корпоративная, Microsoft Office профессиональный плюс 2016. Антивирусная защита физических рабочих станций и серверов: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Education Renewal License.

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся	Перечень лицензионного программного обеспечения
Помещение для самостоятельной работы обучающихся (г. Краснодар, ул. Ставропольская, 149) ауд. И205а	Мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели – 3 стола + 3 стула шт.; 2 – компьютера Linovo ThinkCentre M53 Tiny в комплекте, ноутбук Lenovo B570 i3-2370M/4G500/nV410M/1G/DVDRW/Cam/W7H B/15,6HD	Windows 10 Корпоративная, Microsoft Office профессиональный плюс 2016. Антивирусная защита физических рабочих станций и серверов: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Education Renewal License.

* согласно справке о материально-техническом обеспечении основной ООП ВО кафедры международного туризма и менеджмента, Института географии, геологии, туризма и сервиса, по направлению подготовки 43.03.01 «Сервис» направленность (профиль) «Конгрессно-выставочная деятельность», 2024 г.