

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



Т.А. Хагуров

подпись

«30» мая 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.04 ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИИ ЭНОТУРИЗМА

Направление подготовки	<u>43.03.03 «Гостиничное дело»</u>
Направленность (профиль)	<u>Гостинично-ресторанная деятельность</u>
Форма обучения	<u>Очная</u>
Квалификация	<u>Бакалавр</u>

Краснодар 2025

Рабочая программа дисциплины «Организация и технологии экотуризма» составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, по направлению подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело», утвержденным Приказом Минобрнауки № 515 от 08.06.2017 г. (Зарегистрирован в Минюсте России 29.06.2017 г. № 47236).

Программу составил:

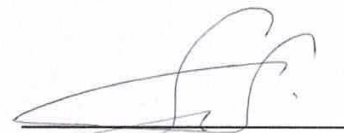
Беликов М.Ю. доктор геогр. наук, профессор
кафедры международного туризма и менеджмента



подпись

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры международного туризма и менеджмента протокол № 11 от 14 мая 2025г.

Заведующий кафедрой (разработчика) Беликов М.Ю.



подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии Института геологии, географии, туризма и сервиса протокол № 6 от 22 мая 2025г.

Председатель УМК ИГГТиС Филобок А.А.



подпись

Рецензенты:

1. Нагалецкий Э.Ю., канд. геогр. наук, заведующий кафедрой физической географии КубГУ
2. Струкова М.А., директор по туризму ПАО «Центр туризма Абрау-Дюрсо»

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель освоения дисциплины «Организация и технологии энотуризма» является получение профессиональных компетенций для организации обслуживания туристов на эномаршрутах с учетом региональной и функциональной специфики деятельности предприятий, потребительского спроса.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучить теоретико-понятийный аппарат энотуристской суботрасли;
- исследовать зарубежные и отечественные практики организации энотуризма;
- исследовать подходы к анализу потенциал территории с учетом требований к организации эффективной модели энотуризма;
- научить формировать, реализовывать энотуристский продукт, применяя адаптированные технологии проектирования, продвижения, продаж;
- заложить системный подход к управлению деятельностью в энотуризме.

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Организация и технологии энотуризма» относится к Блоку факультативных дисциплин.

Актуальность курса «Организация и технологии энотуризма» напрямую связана с интенсивностью роста развития виноградарства в РФ как вида предпринимательской деятельности и романтизацией к посещению объектов энотуризма. Набирающая стремительную популярность культура и искусство потребления вина, благоприятные климатические условия и наличие туристских ресурсов обуславливают привлекательность развития винного туризма на территории РФ.

Изучение технологий организации энотуризма позволяют применить их при прохождении практики в туристских компаниях, экскурсионных бюро, энотуристских объектах показа.

Изучение дисциплины «Организация и технологии энотуризма» базируется на освоении следующих курсов: «Маркетинг в гостинично-ресторанной деятельности», «Менеджмент в гостинично-ресторанной деятельности», «Курортно-рекреационное ресурсоведение», «Поведение потребителей».

Дисциплина является основой для изучения таких курсов как: «Управление качеством в гостинично-ресторанной деятельности».

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующей профессиональной компетенции:

№ п/п.	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
		знает	умеет	владеет
	ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности			
	ИОПК - 3.3 Обеспечивает оказания туристских услуг в соответствии с заявленным качеством	- законы и иные нормативные правовые акты РФ и субъекта РФ в сфере энотуризма и экскурсионного дела, защиты прав потребителей; - отраслевые правила и стандарты;	- определять тему и составлять эномаршрут в соответствии с правилами, техникой, требованиями; - использовать методические приемы, формы и методы проведения эноэкскурсий;	- навыками составления маршрута и текста экскурсии; - подходами отбора объектов для показа во время экскурсии; - навыками

		<ul style="list-style-type: none"> - основы трудового и миграционного законодательства РФ; - локальные нормативные акты предприятий энотуризма, устанавливающие правила организации и реализации программ туристского обслуживания; - основы энотуристской индустрии; - энотуристские ресурсы; - территориальную организацию энотуризма; - методику разработки и проведения программ туристско-экскурсионного обслуживания на объектах энотуризма; - правила обслуживания на пешеходном, транспортном и комбинированных маршрутах энотуризма; - правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность на объектах энотуризма; - особенности поведения маркетинговых и социологических исследований; - принципы системного анализа; - основы управления инновационными проектами, дизайн-мышления в разработке новых продуктов в энотуризме; - методы проведения маркетингового 	<ul style="list-style-type: none"> - составлять методическую разработку энотэкскурсии; - использовать технические средства и технологии при разработке энотэкскурсий; - применять коммуникативные технологии обслуживания; - применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; - анализировать текущую рыночную конъюнктуру на объектах энотуризма; - систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации; - использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков энотуристской отрасли; - проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; - проводить маркетинговые интернет-исследования и управлять большими базами маркетинговых данных с использованием цифровых технологий; - давать рекомендации по улучшению качества обслуживания клиентов и совершенствованию стандартов сервиса при реализации энотуристской деятельности; 	<ul style="list-style-type: none"> отбора информационных материалов для проведения экскурсии; - навыками определения методических приемов проведения экскурсии; - навыками проведения объезда (обход) маршрута экскурсии; - навыками оформления методической разработки; - технологиями эффективной коммуникации; - технологиями продаж и продвижения; - навыками выявления проблем и формулирования целей исследования; - анализом конъюнктуры рынка энотуристских услуг; - правилами разработки технического задания для проведения маркетингового исследования; - инструментами поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; - технологиями формирование предложений по улучшению
--	--	---	---	---

		<p>исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка энотуристских услуг; - понятийный аппарат и программы управления энотуристскими проектами; - методы использования цифровых технологий для проведения маркетинговых интернет-исследований и управления большими базами маркетинговых данных; - методы, инструменты и цифровые технологии оценки клиентского опыта при реализации энотуристских услуг; - основы маркетинга энотуристских услуг, маркетинга взаимоотношений с клиентами, внутреннего маркетинга на объектах энотуризма; - правила, нормы и основные принципы этики делового общения; - методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства на объектах энотуризма; - концепции организации системы качества в работе энотуристских комплексов. 	<ul style="list-style-type: none"> - создавать команды исследовательского проекта, координировать взаимодействие внутренних и внешних участников и партнеров энотуристского проекта; - создавать отчеты по результатам маркетингового исследования; - давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга на объектах энотуризма; - публиковать мультимедиа контент в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; - формировать медиатеки для структурированного хранения и каталогизации цифровой информации на объектах энотуризма; - видеть и понимать проблемы клиента, правильно оценивать ожидания клиента, анализировать проблемы и прогнозировать возможности оптимального решения стандартных и нестандартных маркетинговых задач в условиях неопределенности при реализации энотуристских услуг; - формировать и поддерживать уровень заявленного качества услуг. 	<p>системы продвижения товаров (услуг) на объектах энотризма;</p> <ul style="list-style-type: none"> - способами формирования предложений по совершенствованию товарной и ценовой политики, систем сбыта и продаж при реализации энотуристских продуктов и услуг; - навыками подготовки отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований.
--	--	--	---	---

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице (для студентов ОФО)

Вид учебной работы		Всего часов	Семестр (часы)
			6
Контактная работа, в том числе:		50,2	50,2
Аудиторные занятия (всего):		44	44
Занятия лекционного типа		16	16
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)		28	28
Иная контактная работа:		6,2	6,2
Контроль самостоятельной работы (КСР)		6	6
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,2
Самостоятельная работа, в том числе:		57,8	57,8
Проработка учебного (теоретического) материала		15	15
Выполнение индивидуальных заданий (подготовка презентаций)		25	25
Подготовка к текущему контролю и др.		17,8	17,8
Контроль:		-	-
Подготовка к зачёту		-	-
Общая трудоемкость	час.	108	108
	в том числе контактная работа	50,2	50,2
	зач. ед	3	3

2.2 Структура дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

2.3 Содержание разделов дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре (очная форма)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	
1	2	3	4	5	6
1	История развития и современное состояние этнотуризма	8	2	2	4
2	Модели организации винного туризма	11,8	2	4	5,8
3	Ресурсы, территориальная организация этнотуризма	14	2	4	8
4	Разработка этнотуристского продукта	14	2	4	8
5	Технологии организации обслуживания в этнотуризме	14	2	4	8
6	Социально-психологические основы обслуживания в этнотуризме	14	2	4	8

7	Маркетинг в энотуризме	14	2	4	8
8	Управление качеством в энотуризме	12	2	2	8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i>	101,8	16	28	57,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6			
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			
	Подготовка к текущему контролю	-			
	Общая трудоемкость по дисциплине	108			

2.3.1 Занятия лекционного типа

№ раздела	Наименование раздела	Тематика лекционных занятий	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	История развития и современное состояние энотуризма	Сущность, содержание, формы и основные характеристики энотуризма. Базовые понятия энотуризма. Государственное регулирование в сфере энотуризма. Нормативно-правовые основы развития энотуризма. Ретроспектива развития энотуризма и современное состояние. История развития энотуризма: международный, российский, региональный аспект. Перспективы, тенденции и проблемы развития энотуризма. Размер, рост и доля рынка энотуризма.	У
2	Модели организации энотуризма	Основные принципы организации энотуризма. Модели организации энотуризма: мировая и отечественная практика. Эффективные модели организации энотуризма: винный кластер, локальный тур, организованный туризм, самостоятельный туризм, эногастрономический туризм. Модель энотуристского кластера: структурно-функциональный аспект. Кластерный подход в развитии энотуризма в РФ. Формирование и развитие туристской инфраструктуры энотуризма. Условия формирования и проблемы реализации моделей организации энотуризма на базе винодельческой отрасли Краснодарского края.	У
3	Ресурсы, территориальная организация энотуризма	Ресурсы энотуризма. Винодельческие ландшафты, имеющие статус всемирного наследия. Территориальная организация винного туризма. Винные кластеры. Энотуризм как драйвер регионального и локального развития туристских территорий.	Л
4	Разработка энотуристского продукта	Технологии разработки винных туров, экскурсий. Функции и признаки экскурсии. Классификация экскурсий. Определение темы, цели, задач экскурсии. Изучение и отбор экскурсионных объектов, разработка маршрута экскурсии. Изучение материалов по теме экскурсии. Уточнение маршрута экскурсии. Контрольный и индивидуальный тексты экскурсии. Составление «портфеля экскурсовода». Технологическая карта экскурсии.	У
5	Технологии организации обслуживания в энотуризме	Виды услуг в энотуризме. Технологии организации обслуживания в энотуризме. Экскурсионное обслуживание в энотуризме. Показ экскурсионных объектов. Экскурсионный рассказ. Методические приемы проведения экскурсий. Техника ведения эногастрономических экскурсий. Кризисы внимания и пути их преодоления.	Л

6	Социально-психологические основы обслуживания в энотуризме	Роль человеческого фактора в процессе обслуживания потребителей туруслуг. Специфика турпродукта в энотуризме. Взаимодействие потребителя и исполнителя услуг. Построение отношений с потребителями услуг. Базовые понятия, явления, процессы как элементы психологии в экскурсионном обслуживании. Методические способы поддержания внимания. Контакт и работа с группой. Коммуникативная компетенция в деловом взаимодействии.	У
7	Маркетинг в энотуризме	Требования законодательства РФ к рекламированию энотуристских продуктов и объектов. Нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность в сфере энотуризма. Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики в сфере энотуризма. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка энотуристских продуктов и услуг. Особенности кросс-культурного взаимодействия с клиентами, партнерами и коллегами при реализации продуктов и услуг в сфере энотуризма. Способы совершенствования товарной и ценовой политики при реализации энотуристской деятельности. Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства при реализации энотуристской деятельности. Совершенствованию систем сбыта и продаж продуктов и услуг в сфере энотуризма, методы прогнозирования сбыта продукции и рынков. Система продвижения продуктов и услуг в сфере энотуризма. Комплекс маркетинга на объектах энотуризма. Управления инновационными проектами в энотуризме, дизайн-мышление в разработке новых продуктов. Программы управления проектами: наименования, возможности и порядок работы в них. Инновационные проекты в энотуризме, координация и взаимодействие внутренних и внешних участников и партнеров проекта. Разработка новых продуктов и услуг в сфере энотуризма решающих проблемы клиентов. Критерии качества обслуживания клиентов и совершенствование стандартов сервиса в сфере энотуризма. Основы маркетинга услуг, маркетинга взаимоотношений с клиентами, внутреннего маркетинга в сфере энотуризма. Работа с клиентским опытом, анализ проблем и выработка оптимальных решений стандартных и нестандартных маркетинговых задач в условиях неопределенности в сфере энотуризма. Методы, инструменты и цифровые технологии оценки клиентского опыта.	У
8	Управление качеством в энотуризме	Качество товаров и услуг в энотуризме. Технологии управления качеством в энотуризме. Стандартизация услуг. Обучение и профессионализм персонала. Формирование стандартов качества и конкурентной идентичности. Устойчивое развитие. Экологические и социальные подходы. Всемирная организация винного туризма и ассоциации винодельческой отрасли. Формирование и совершенствование туристской инфраструктуры винодельческой отрасли.	У
Примечание: Л – лекция-дискуссия, У – устный опрос			

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1	История развития и современное состояние энотуризма	Сущность, содержание, формы и основные характеристики энотуризма. Базовые понятия энотуризма. Государственное регулирование в сфере энотуризма. Нормативно-правовые основы развития энотуризма. Ретроспектива развития энотуризма и современное состояние. История развития энотуризма: международный, российский, региональный аспект. Перспективы, тенденции и проблемы развития энотуризма. Размер, рост и доля рынка энотуризма.	У
2	Модели организации энотуризма	Основные принципы организации энотуризма. Модели организации энотуризма: мировая и отечественная практика. Эффективные модели организации энотуризма: винный кластер, локальный тур, организованный туризм, самостоятельный туризм, эногастрономический туризм. Модель энотуристского кластера: структурно-функциональный аспект. Кластерный подход в развитии энотуризма в РФ. Формирование и развитие туристской инфраструктуры энокластера. Условия формирования и проблемы реализации моделей организации энотуризма на базе винодельческой отрасли Краснодарского края.	С
3	Ресурсы, территориальная организация энотуризма	Производственные, природные, культурно-исторические, инфраструктурные ресурсы энотуризма. Территориальная организация энотуризма. Винодельческие регионы мира и Юга РФ. Винные кластеры: отраслевые лидеры в региональном аспекте. Структура, форматы и интеграции в территориальной организации энотуризма.	ПР
4	Разработка энотуристского продукта	Определение темы, цели, задач экскурсии. Изучение и отбор экскурсионных объектов, разработка маршрута экскурсии. Контрольный и индивидуальный тексты экскурсии. Составление «портфеля экскурсовода». Технологическая карта экскурсии.	С
5	Технологии организации обслуживания в энотуризме	Технологии организации обслуживания в энотуризме. Экскурсионное обслуживание в энотуризме. Показ экскурсионных объектов. Экскурсионный рассказ. Методические приемы проведения экскурсий. Техника ведения эногастрономических экскурсий. Кризисы внимания и пути их преодоления.	У, ПР
6	Социально-психологические основы обслуживания в энотуризме	Конструктивная коммуникация. Коммуникативная компетентность. Коммуникационный процесс. Коммуникативные сигналы. Техники активного слушания. Техники регуляции эмоционального напряжения. Трудные сервисные ситуации. Конфликт: современное понимание, функции, этапы. Возражения. Схема обработки возражений. Жалобы. Работа с	У, ПР

		жалобами.	
7	Маркетинг в энотуризме	Маркетинговые исследования в сфере энотуризма: выявление проблем, формулирование цели, разработка технического задания, поиск первичной и вторичной маркетинговой информации, методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации, комплексное планирование организация и проведение. Маркетинговые интернет-исследования и управление большими базами маркетинговых данных с использованием современных цифровых технологий. Специализированные программы для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования. Аналитика рыночной конъюнктуры в сфере энотуризма. Генерация видеороликов, презентаций, слайд-шоу, медиафайлов в итоговую продукцию для продвижения из исходных аудиокомпонентов, визуальных и мультимедийных компонентов. Управление цифровой информацией: локальные и глобальные дисковые хранилища. Формирование медиатеки для структурированного хранения и каталогизации цифровой информации. Специфика, инструменты и методы терруарного маркетинга на российском рынке. Энотуризм в устойчивом маркетинге региональных винодельческих территорий. Национальное агентство маркетинга российского вина.	ПР,С
8	Управление качеством в энотуризме	Качество товаров и услуг в энотуризме. Технологии управления качеством в энотуризме. Стандартизация услуг. Обучение и профессионализм персонала. Формирование стандартов качества и конкурентной идентичности. Устойчивое развитие. Экологические и социальные подходы. Всемирная организация винного туризма и ассоциации винодельческой отрасли. Формирование и совершенствование туристской инфраструктуры винодельческой отрасли. Ассоциации винодельческой отрасли. Всемирная организация винного туризма. Конкурсы, форумы и выставки в винодельческой отрасли.	У
Примечание: У – устный опрос, ПР – практическая работа, С – семинар-дискуссия, ТР-тренинг			

2.3.3 Лабораторные занятия: не предусмотрены.

2.3.4 Курсовые работы: не предусмотрены.

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

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3

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 практической работе	

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.

3. Образовательные технологии

В процессе преподавания дисциплины применяются традиционные образовательные технологии (информационная лекция, устный опрос, практическая работа, тестовое задание). Для обеспечения успешного освоения дисциплины применяются следующие интерактивные способы активизации познавательных процессов – лекция-дискуссия, семинар-дискуссия.

Семестр	Вид занятия (Л, С)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
			ОФО
6	Л	Лекция-дискуссия 1. Территориальная организация этнотуризма, региональный аспект.	2
	С	Практическое занятие в форме тренинга 1. Социально-психологические основы обслуживания в этнотуризме.	4
Итого:			6

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные и методические материалы

4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Организация и технологии энотуризма».

Оценочные средства включают контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме информационного сообщения по проблемным вопросам, устного опроса и **промежуточной аттестации** в форме вопросов к зачёту.

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 зачете;

– 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.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
1	История развития и современное состояние энотуризма	ОПК-3	У	1-6
2	Модели организации винного туризма	ОПК-3	У	7-13
3	Ресурсы, территориальная организация энотуризма	ОПК-3	С	14-17
4	Разработка энотуристского продукта	ОПК-3	С	18-28
5	Технологии организации обслуживания в энотуризме	ОПК-3	У, ПР	29-39
6	Социально-психологические основы обслуживания в энотуризме	ОПК-3	У, ТР	40-49

7	Маркетинг в экотуризме	ОПК-3	У	50-59
8	Управление качеством в экотуризме	ОПК-3	У	60-64

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.

Примеры контрольных заданий раскрывают компетенцию ОПК-3.

Примеры тем для проведения лекции-дискуссии.

Лекция-дискуссия № 3. Тема: «Территориальная организация экотуризма»

1. Ресурсы экотуризма.
2. Винодельческие регионы мира и Юга РФ.
3. Винные кластеры: отраслевые лидеры в региональном аспекте.
4. Экотуризм как драйвер регионального и локального развития туристских территорий.

Пример вопросов для устного опроса к занятиям лекционного типа:

Лекция №4. Тема: «Разработка экотуристского продукта»

1. Определите цель, задачи экскурсии по предложенной теме экскурсии.
2. Проведите отбор экскурсионных объектов для выбранного тематического маршрута.
3. По какому принципу составляется контрольный текст экскурсии.
4. Подберите комплектующие «портфеля экскурсовода» по выбранному маршруту экскурсии.
5. Время на перемещение от объекта к объекту включено в какую часть технологической карты экскурсии?.

Пример материала для проверки знаний умений, навыков и опыта деятельности студента на занятиях семинарского типа:

Примеры тем для проведения семинаров-дискуссий.

Семинар-дискуссия №2. Тема: «Модели организации экотуризма»

Вопросы для обсуждения:

1. Эффективные модели организации экотуризма.
2. Кластерный подход в развитии экотуризма в РФ.
3. Условия формирования и проблемы реализации моделей организации экотуризма на базе винодельческой отрасли Краснодарского края.

Пример вопросов для устного опроса

Семинарское занятие №4. Тема: «Технологии организации обслуживания в экотуризме»

1. Какие методы показа следует использовать при показе терруара?
2. Какие методы рассказа используем для раскрытия исторических подтем на экскурсии?
3. Какие методы показа и рассказа следует применить при показе технологии производства на экскурсии?

Практическое занятие №10. Тема «Социально-психологические основы обслуживания в энотуризме»

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое коммуникативная компетентность, коммуникативная способность, коммуникативное знание?
2. Почему коммуникация – это процесс? Опишите структуру коммуникативного процесса.
3. Что такое обратная связь в коммуникативном процессе, в чем ее ценность?
4. Что такое коммуникационная модель?
5. Раскройте суть вербальных, невербальных, паралингвистических коммуникативных сигналов.
6. Перечислите и опишите психологические сигналы при вступлении в контакт.
7. В чем отличие между активным и пассивным слушанием?
8. Какие виды вопросов существуют? Дайте определения и приведите примеры.
9. Что такое малый разговор? Какую цель он имеет? Опишите техники малого разговора и приведите примеры.
10. Что такое вербализация? Какие техники вербализации существуют? Дайте определения и приведите примеры.
11. Какие техники повышают эмоциональное напряжение, а какие снижают?
12. Что такое сенсорная репрезентативная система? Какие виды сенсорных репрезентативных систем существуют?
13. Что такое калибровка? Как техника калибровки может использоваться в организации процесса обслуживания в контактной зоне?
14. Какая коммуникация может считаться эффективной?
15. Что такое раппорт? Из каких элементов состоит раппорт?

Тренинг восприятия и передачи коммуникативных сигналов.

Цель тренинга: Развитие коммуникативных навыков.

Задачи:

- отработать навыки убеждения
- отработать умение найти аргументы в пользу своей позиции
- развить умение находить подход к людям
- подчеркнуть важность интонаций в процессе коммуникации.
- развитие умения невербального средства общения.
- обучить эффективным способам общения.

Основные интерактивные элементы тренинга:

Упражнение «Передать одним словом» (20 минут)

Студентам раздаются карточки, на которых написаны названия эмоций. Студенты, не показывая карточки другим участникам, должны произнести слово «Здравствуй» с интонацией, соответствующей эмоции, написанной на карточке. Остальные отгадывают, какую эмоцию пытался изобразить участник.

Карточки перемешиваются и еще раз раздаются участникам. Задача та же, только теперь необходимо прочитать короткий стишок «Уронили мишку на пол».

Список эмоций предоставляется преподавателем.

Рефлексия: Насколько легко удавалось угадать эмоцию по интонациям?

Тренинг техник активного слушания.

Цель – овладение техниками активного слушания.

Задачи:

- убедиться в ценности открытых вопросов для понимания партнера по коммуникации;
- отработка техники формулирования открытых вопросов;
- отработка техник вербализации;

- отработка техник малого разговора.

Пример выполнения практической работы.

Тема: «Региональные особенности организации энотуризма»

Результаты практической работы оформляются в виде презентации.

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (зачет)

Вопросы к зачету нацелены на проверку сформированности компетенции ОПК-3

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Сущность, содержание, формы и основные характеристики энотуризма.
2. Государственное регулирование в сфере энотуризма.
3. Нормативно-правовые акты в сфере энотуризма.
4. История развития и современное состояние энотуризма
5. Перспективы, тенденции и проблемы развития энотуризма.
6. Размер, рост и доля рынка энотуризма.
7. Основные принципы организации энотуризма.
8. Модели организации энотуризма: мировая и отечественная практика.
9. Эффективные модели организации энотуризма.
10. Модель энотуристского кластера: структурно-функциональный аспект.
11. Кластерный подход в развитии энотуризма в РФ.
12. Формирование и развитие туристской инфраструктуры энотуризма.
13. Условия формирования и проблемы реализации моделей организации энотуризма на базе винодельческой отрасли Краснодарского края.
14. Ресурсы энотуризма.
15. Винодельческие регионы мира и Юга РФ.
16. Винные кластеры: отраслевые лидеры в региональном аспекте.
17. Структура, форматы и интеграции в территориальной организации энотуризма.
18. Сущность и признаки экскурсии.
19. Классификация экскурсий.
20. Экскурсионная аудитория.
21. Этапы подготовки экскурсии.
22. Тема, цели, задачи экскурсии.
23. Отбор, изучение материалов по теме экскурсии.
24. Отбор экскурсионных объектов.
25. Разработка экскурсионных маршрутов.
26. Контрольный, индивидуальный текст экскурсии.
27. «Портфель экскурсовода».
28. Методическая разработка экскурсии
29. Технологическая карта экскурсии.
30. Проведение пробной экскурсии.
31. Этапы проведения экскурсии.
32. Показ экскурсионных объектов.
33. Схема показа объекта.
34. Экскурсионный рассказ.
35. Приемы активизации внимания экскурсантов.
36. Особые методические приемы проведения экскурсий.
37. Техника ведения экскурсий.
38. Особенности музейных экскурсий.
39. Разработка аудиогuida: особенности, этапы

40. Основные понятия психологии в экскурсионном обслуживании.
41. Социально-психологические факторы в работе экскурсовода.
42. Психоэмоциональный контакт между экскурсоводом и группой, методы его установления и поддержания.
43. Коммуникативная компетентность и способность.
44. Структура коммуникативного процесса.
45. Восприятие и передача коммуникативных сигналов.
46. Техники активного слушания.
47. Виды конфликтов. Этапы, исходы конфликтов. Способы разрешения конфликтов.
48. Общая схема и пошаговый разбор алгоритма обработки возражений.
49. Жалобы: определение, содержание и причины, ценность. Отношение к жалобам.
50. Рыночные методы хозяйствования, закономерности и особенности развития экономики в сфере энотуризма.
51. Особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка в сфере энотуризма.
52. Формирование и совершенствование товарной и ценовой политики в сфере энотуризма.
53. Методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства в сфере энотуризма.
54. Совершенствованию систем сбыта и продаж продуктов и услуг в сфере энотуризма.
55. Методы прогнозирования сбыта продукции и рынков в сфере энотуризма.
56. Система продвижения продуктов и услуг на объектах энотуризма.
57. Совершенствование комплекса маркетинга на объектах энотуризма.
58. Дизайн-мышление в разработке новых продуктов и услуг в сфере энотуризма.
59. Управления инновационными проектами в сфере энотуризма.
60. Критерии качества обслуживания клиентов и совершенствование стандартов сервиса в сфере энотуризма.
61. Клиентский опыт, анализ проблем и выработка оптимальных решений в условиях неопределенности в сфере энотуризма.
62. Методы, инструменты и цифровые технологии оценки клиентского опыта.
63. Технологии управления качеством в энотуризме.
64. Обучение и профессионализм персонала в сфере энотуризма.
65. Формирование стандартов качества и конкурентной идентичности объектов энотуризма.
66. Устойчивое развитие объектов энотуризма.
67. Всемирная организация винного туризма.

4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания зачете:

Для эффективной подготовки к зачету процесс изучения материала курса предполагает достаточно интенсивную работу не только на лекциях и семинарах, но и с различными текстами, нормативными документами и информационными ресурсами. В качестве основных элементов учебного процесса выступают проблемно-ориентированные лекции с объяснением и иллюстрированием ключевых понятий и в области организации и технологий энотуризма. Также на семинарах будут обсуждаться результаты отдельных рефератов.

Особое внимание надо обратить на то, что подготовка к зачету требует обращения не только к учебникам, но и к информации, содержащейся в СМИ, а также в сети Интернет. В разделе «Список рекомендуемой литературы» приведен список учебников, периодических изданий, нормативных документов и ресурсов сети Интернет, которые могут оказаться полезными при изучении курса.

Критерии оценки ответа студента на зачете.

Зачет является формой оценки качества освоения студентом образовательной программы по дисциплине. По результатам зачета студентуставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

Зачет проводится в форме устного опроса по вопросам изученных тем на лекционных и практических занятиях, а также по вопросам тем для самостоятельной работы студентов. Студенту задается 1 вопрос из заранее установленного списка. На подготовку дается 20 минут. Экзаменатор может проставить зачет без опроса тем студентам, которые активно работали на практических (семинарских) занятиях.

Преподаватель принимает зачет только при наличии ведомости и надлежащим образом оформленной зачетной книжки. Результат зачета объявляется студенту непосредственно после его сдачи, затем выставляется в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Если в процессе зачета студент использовал недопустимые дополнительные материалы, то экзаменатор имеет право изъять шпаргалку и поставить «не зачтено».

При выставлении оценки экзаменатор учитывает знание фактического материала по программе, степень активности студента на семинарских занятиях, логику, структуру, стиль ответа; аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления, наличие пропусков семинарских и лекционных занятий по неуважительным причинам.

Оценка **«зачтено»** ставится студентам, ответ которых свидетельствует о глубоком знании материала по программе курса, знании концептуально-понятийного аппарата курса, литературы по курсу, содержит в целом правильное, но не всегда точное и аргументированное изложение материала.

Оценка **«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.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания 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; не умение работать с картографическим материалом.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания дискуссионных тем:

Лекция-дискуссия – один из наиболее эффективных способов для обсуждения сложных и актуальных на текущий момент вопросов, 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, который определяет круг проблем и вопросов, подлежащих обсуждению; заинтересовывает студентов темой лекции и кругом обсуждаемых проблем, стимулирует активное участие студентов в лекции-дискуссии, поощряет высказывание студентами собственного мнения по обсуждаемым вопросам; подбирает основную и дополнительную литературу по теме лекции для дополнительной подготовки студентов; распределяет формы участия и функции студентов в коллективной работе; подводит общий итог лекции-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 работы обучающихся на лекции/семинаре-дискуссии:

- оценка «зачтено» выставляется, если студент, грамотно изложил проблему, сформировал точные научные знания, логически изложил ответы, оценка «зачтено» может быть выставлена, если студент выполнил работу объеме 70% и выше;

- оценка «не зачтено» выставляется, если студент не изучил представленные на рассмотрение вопросы, не сформировал научные знания по рассматриваемому вопросу, не участвовал в дискуссии.

Методические рекомендации по выполнению практической работы (презентация в Microsoft PowerPoint)

Презентация дает возможность наглядно представить инновационные идеи, разработки и планы. Учебная презентация представляет собой результат самостоятельной работы студентов, с помощью которой они наглядно демонстрируют материалы публичного выступления перед аудиторией. Одной из основных программ для создания презентаций в мировой практике является программа PowerPoint компании Microsoft.

Компьютерная презентация – это файл с необходимыми материалами, который состоит из последовательности слайдов. Каждый слайд содержит законченную по смыслу информацию, так как она не переносится на следующий слайд автоматически в отличие от текстового документа. Студенту – автору презентации, необходимо уметь распределять материал в пределах страницы и грамотно размещать отдельные объекты. В этом ему поможет набор готовых объектов (пиктограмм, геометрических фигур, текстовых окон и т.д.).

Бесспорным достоинством презентации является возможность при необходимости быстро вернуться к любому из ранее просмотренных слайдов. Презентация помогает самому выступающему не забыть главное и точнее расставить акценты.

Структура презентации

Удерживать активное внимание слушателей можно не более 15 минут, а, следовательно, при среднем расчете времени просмотра – 1 минута на слайд, количество слайдов не должно превышать 15-ти.

Первый слайд презентации должен содержать тему работы, фамилию, имя и отчество исполнителя, номер учебной группы, а также фамилию, имя, отчество, должность и ученую степень преподавателя.

На втором слайде целесообразно представить цель и краткое содержание презентации.

Последующие слайды необходимо разбить на разделы согласно пунктам плана работы.

На заключительный слайд выносятся самое основное, главное из содержания презентации.

Рекомендации по оформлению презентаций в Microsoft Power Point:

Для визуального восприятия текст на слайдах презентации должен быть не менее 24 пт, а для заголовков – не менее 32 пт.

Макет презентации должен быть оформлен в единой цветовой гамме. Фон не должен быть слишком ярким или пестрым. Текст должен хорошо читаться. Одни и те же элементы на разных слайдах должны быть одного цвета.

Пространство слайда (экрана) должно быть максимально использовано, за счет, например, увеличения масштаба рисунка. Кроме того, по возможности необходимо занимать верхние $\frac{3}{4}$ площади слайда (экрана), поскольку нижняя часть экрана плохо просматривается с последних рядов.

Каждый слайд должен содержать заголовок. В конце заголовков точка не ставится. В заголовках должен быть отражен вывод из представленной на слайде информации. Оформление заголовков заглавными буквами можно использовать только в случае их краткости.

На слайде следует помещать не более 5–6 строк и не более 5–7 слов в предложении. Текст на слайдах должен хорошо читаться.

При добавлении рисунков, схем, диаграмм, снимков экрана (скриншотов) необходимо проверить текст этих элементов на наличие ошибок. Необходимо проверять правильность написания названий улиц, фамилий авторов методик и т.д.

Нельзя перегружать слайды анимационными эффектами – это отвлекает слушателей от смыслового содержания слайда. Для смены слайдов используйте один и тот же анимационный эффект.

Порядок и принципы выполнения компьютерной презентации.

Перед созданием презентации необходимо четко определиться с целью, создаваемой презентации, построить вступление и сформулировать заключение, придерживаться основных этапов и рекомендуемых принципов ее создания.

Основные принципы выполнения и представления компьютерной презентации.

- компьютерная презентация не предназначена для автономного использования, она должна лишь помогать докладчику во время его выступления, правильно расставлять акценты;

- не усложняйте презентацию и не перегружайте ее текстом, статистическими данными и графическими изображениями;

- не читайте текст на слайдах. Устная речь докладчика должна дополнять, описывать, но не пересказывать, представленную на слайдах информацию;

- дайте время аудитории ознакомиться с информацией каждого нового слайда, а уже после этого давать свои комментарии показанному на экране. В противном случае внимание слушателей будет рассеиваться;

- делайте перерывы. Не следует торопиться с демонстрацией последующего слайда. Позвольте слушателям подумать и усвоить информацию;

- предложите раздаточный материал в конце выступления, если это необходимо. Не делайте этого в начале или в середине доклада, т.к. все внимание должно быть приковано к вам и к экрану;

- обязательно отредактируйте презентацию перед выступлением после предварительного просмотра (репетиции).

В *приложении* помещаются по необходимости иллюстрированные материалы, имеющие вспомогательное значение (таблицы, схемы, диаграммы и т.п.).

Критерии оценки презентации:

<i>Оформление презентации</i>	Максимальное количество баллов	Оценка преподавателя
Титульный слайд (оригинальное оформление)	5	
Использование дополнительных эффектов PowerPoint (смена слайдов, графика, анимация)	5	
<i>Содержание презентации</i>		
Соответствие учебным целям и задачам	10	
Отражение основополагающего вопроса	10	
Наличие элементов исследования по теме	10	
Выводы, обоснованные с научной точки зрения, основанные на данных исследования	10	

<i>Оформление текста</i>		
Текст представлен грамотно, последовательно, имеет логическую завершенность	10	
Текст хорошо читаем (подбор шрифта и фона)	5	
Оформление слайдов в едином стиле	5	
Соответствие дизайна содержанию презентации	10	
<i>Требования к выступлению</i>		
Студент свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал	5	
Студент свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории	5	
Студент точно укладывается в рамки регламента доклада (15 минут)	5	
<i>Общий балл/оценка</i>	100*	

*Перевод баллов в оценки приведен ниже.

Оценка «отлично» ставится если сумма баллов составляет от 80 до 100.

Оценка «хорошо» ставится если сумма баллов составляет от 60 до 79.

Оценка «удовлетворительно» ставится если сумма баллов составляет от 40 до 59.

Оценка «не удовлетворительно» ставится если сумма баллов составляет менее 39.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

5.1 Основная литература:

1. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг: гостеприимство, туризм [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 1071 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114713>

2. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный ресурс]: учебное пособие / под ред. Ю.П. Кожеева. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 303 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036>

3. Кулакова Н.И. Технология и организация экскурсионных услуг: учебник для вузов / Н.И. Кулакова, Т.В. Ганина; под редакцией Н.И. Кулаковой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 123 с. URL: <https://urait.ru/bcode/557772>.

4. Организация экскурсионной деятельности: учебник и практикум для вузов / под редакцией Т.В. Рассохиной. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 262 с. URL: <https://urait.ru/bcode/566583>.

5. Сахарчук Е.С. Психология делового общения и конфликтология в туризме и гостеприимстве: учебник / Е.С. Сахарчук. – М.: КноРус, 2026. – 184 с. URL: <https://book.ru/book/960951>.

6. Спивак В.А. Деловые коммуникации. Теория и практика: учебник для вузов / В.А. Спивак. – М.: Издательство Юрайт, 2025. – 460 с. – URL: <https://urait.ru/bcode/560464>.

7. Балюк, Н. А. Экскурсоведение : учебное пособие / Н. А. Балюк. — 2-е изд. — Тюмень : ТюмГУ, 2018. — 236 с. — ISBN 978-5-400-01457-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/117843>.

8. Добрина, Н. А. Экскурсоведение : учебное пособие / Н. А. Добрина. — 4-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 288 с. — ISBN 978-5-9765-1118-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/119333>.

9. Корчагина, Г. А. Введение в экскурсоведение : учебно-методическое пособие / Г.А. Корчагина. — Челябинск : МИДИС, 2023. — 51 с. — ISBN 978-5-91394-131-2. — Текст :

электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/388556>.

10. Организация экскурсионной деятельности : учебник и практикум для вузов / Ж.В. Жираткова [и др.] ; под редакцией Т. В. Рассохиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 262 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16991-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532168>.

11. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18075-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540717>.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечной системе «Лань» и «Юрайт»

Учебник из ЭБС «Юрайт»:

Учебники из ЭБС «Лань»:

1. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — М.: Финансы и статистика, 2014. — 160 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69115>.

2. Шнайдерман А.Л. Партизанский маркетинг в туризме [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 224 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/62301>.

3. Муртузалиев Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: учебно-практическое пособие [Электронный ресурс]: учеб. пособие. — М.: Дашков и К, 2017. — 166 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/94021>.

4. Лесников А.М. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс]: Электронное учебное пособие: учеб. пособие. — СПб.: ИЭО СПбУТУиЭ, 2008. — 191 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/63769>.

5.2 Дополнительная литература:

1. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие / В.А. Назаркина, Ю.О. Владыкина, Е.Ю. Воротникова и др. — Новосибирск: НГТУ, 2014. — 235 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436302>.

2. Долженко, Г. П. История туризма : учебник для вузов / Г. П. Долженко, Ю. С. Путрик, А. И. Черевкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 227 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09717-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540809>.

3. Акулич М.В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]: учебник. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. — 352 с. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

4. Коротков А.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие. — М.: Юнити-Дана, 2015. — 303 с. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143>

5. Гаврилова С.В., Томская А.Г., Дмитриев А.В. Организация туристического и гостиничного бизнеса [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс. — М.: Евразийский открытый институт, 2011. — 357 с. — Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90828>

6. Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. – 248 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454085>
7. Дашкова Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. – 72 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823>
8. Соколов А. DAMNEDAM, или Как продавать без скидок в туризме [Электронный ресурс]. – Киев: Мультимедийное Издательство Стрельбицкого, 2013. – 112 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234583>
9. Яковлев П.П. Маркетинг в сфере туризма [Электронный ресурс]. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 78 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87314>
10. Жариков Г.А., Становкин С.К. Маркетинг и его особенности в России [Электронный ресурс]: монография. – М.: Прометей, 2014. – 140 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=437321>

5.3 Периодические издания:

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся в общем виде изложены в следующем издании

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.

В методических указаниях отражены сущность и содержание текущего контроля успеваемости, описаны виды аудиторных занятий и рекомендации по подготовке к ним (лекции, практические, семинарские занятия и т.д.), внеаудиторная, научно-исследовательская работа, оценочные средства для проведения текущего контроля (устный опрос, семинар-дискуссия и др.), методические рекомендации по подготовке к различным видам контроля, предусмотренным промежуточной аттестацией.

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.

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. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

7.1 Перечень информационно-коммуникационных ресурсов

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. – <http://window.edu.ru>;
2. Российская Государственная Библиотека – <http://rsl.ru>
3. Российское образование. Федеральный портал. – <http://www.edu.ru>;
4. Университетская библиотека Online. – <http://www.biblioclub.ru>.
5. Федеральный образовательный портал – Экономика, социология, менеджмент – <http://ecsocman.edu.ru/>.

6. Образовательный портал – «Корпоративный менеджмент» – это интернет-проект для всех, кто развивается самостоятельно и развивает бизнес. – <http://www.cfin.ru>.

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения:

1. Windows 10 Корпоративная.
2. Microsoft Office профессиональный плюс 2016.
3. Антивирусная защита физических рабочих станций и серверов: Kaspersky Endpoint Security для бизнеса – Стандартный Russian Edition.
4. 1500-2499 Node 1 year Education Renewal License.

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>).
2. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>).
3. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>).
4. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>).
5. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru>).
6. Лекториум ТВ (<http://www.lektorium.tv>).
7. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>).

8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине.

№	Вид работ	Наименование учебной аудитории, ее оснащенность оборудованием и техническими средствами обучения
1	Лекционные занятия	Лекционные аудитории (И207, И211, И218, И219) оснащены необходимыми техническими средствами обучения: компьютером, стереосистемой, интерактивной трибуной, мультимедийным проектором и соответствующим программным обеспечением (ПО) (Windows Media Player, Microsoft Office 2010), с выходом в Интернет. Все аудитории оснащены учебными досками, комплектом учебной мебели
2	Семинарские занятия	Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (И200, И201, И205, И208) оснащены учебной доской, проектором, экраном
3	Групповые (индивидуальные) консультации	Кабинеты для групповых (индивидуальных) консультаций (И206, И214, И217) оснащены персональными компьютерами с выходом в Интернет, МФУ, учебниками, учебными и учебно-методическими пособиями, проектором для демонстрации слайдов, мобильным экраном для проектора
4	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа (И200, И201 И205, И207, И208, И211, И218, И219) оснащены необходимыми техническими средствами обучения
5	Самостоятельная работа студента	Кабинет для самостоятельной работы студента (И205а), оснащен компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета