### ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ: Директор института Институт спорта, туризма и сервиса

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документозборога Южно-Уральскиго государственного университета СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП Кому выдан: Эрлих В. В. Польователь: cříhdov дата подписанны 22 и 2.021

В. В. Эрлих

#### РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П1.14 Виды и тенденции развития туризма для направления 43.03.02 Туризм уровень Бакалавриат профиль подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

форма обучения заочная кафедра-разработчик Туризм и социально-культурный сервис

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 516

Зав.кафедрой разработчика, д.пед.н., проф.

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборога и Юурт У Южно-Ураданского государственного университета СВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП Кому выдли: Третьякова Т. Н. Подъзователь, tretiakovath Lara подписания: 22 10 2021

Т. Н. Третьякова

Разработчик программы, старший преподаватель (-)

Электронный документ, подписанный ПЭП, хранится в системе электронного документооборога ПОЖРГУ СКЯВО-СТВЕДЕНИЯ О ВЛАДЕЛЬЦЕ ПЭП Кому выдан: Горбунова И. Подвователь: gorbunovaia Jara подписания: 21.10.2021

И. А. Горбунова

СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной программы к.пед.н., доц.



О. В. Котлярова

#### 1. Цели и задачи дисциплины

ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ – способствовать усвоению студентами теоретических знаний классификации различных видов туризма, основам перспективных концепций и проектов для профессиональной деятельности с различными социально-демографическими группами населения в области туризма на основе дифференцированного подхода, а также формирование навыков и уме-ний анализа, разработки и внедрения концептуальных программ для кон-кретных социальных категорий и групп населения. ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ: показать особенности современной социокуль-турной и туристской ситуации, выбрать новые методы проведения социо-культурных и туристских мероприятий, способствующих развитию регио-нального туризма; раскрыть специфику дифференцированного подхода к различным социально-демографическим группам в современной социокуль-турной и туристской деятельности; обосновать методику разработки концеп-туальных программ для различных групп населения и различных видов туризма. ЦЕЛЬ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ – формирование навыков разработки и вне-дрения социокультурных и туристских концепций и программ, ориентированных на региональные интересы конкретных социальных групп.

### Краткое содержание дисциплины

Туризм как вид деятельности и его значение в современном мире. Формирование туристической деятельности и тенденции ее исторического развития. Факторы развития туризма в конце XX – начале XXI вв. Современные тенденции развития мировой туристкой индустрии. Классификация видов и форм туризма. Особенности основных видов туризма – тенденции и перспективы их развития. Тенденции развития основных туристических регионов мира. Тенденции развития туризма в России и ее регионах. Особенности и тенденции развития спортивного туризма. Особенности и тенденции развития религиозного туризма. Особенности и тенденции развития культурно- познавательный туризма. Особенности и тенденции развития лечебно-оздоровительного туризма. Особенности и тенденции развития экологического туризма. Особенности и тенденции развития делового туризма. Особенности и тенденции развития экскурсионного туризма. Особенности и тенденции развития событийного и экстремального туризма. Административнотерриториальный признак определения видов туризма. Временной признак группировки видов туризма. Организационные признаки группировки отдельных видов туризма. Форма обслуживания как основа выделений отдельных видов туризма. Характеристика видов туризма по целевому основанию. Способ передвижения как основа классификации в туризме. Возрастной принцип классификации туризма. Формы организации отдыха и специализированного туризма. Туристская специализация регионов.

# 2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1 ·	Знает: характерные особенности различных видов туризма в основных туристских регионах

исследований с использованием современного программного обеспечения	России Умеет: выбирать и определять эффективные направления развития туризма в регионах России
	на основе анализа статистических данных в туризме
	Имеет практический опыт: определения туристско-рекреационных зон и перспективных видов развития туризма для создания эффективных туристских продуктов
ПК-4 способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	Знает: характерные особенности продвижения различных видов туристских продуктов Умеет: характеризовать различные виды туризма и выбирать эффективные меры для продвижения их видов туристских продуктов Имеет практический опыт: подбора и использования на практике эффективных мер для продвижения различных видов туристских продуктов

# 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин,	Перечень последующих дисциплин,
видов работ учебного плана	видов работ
Информационно-коммуникативные и гис-	
технологии в туризме,	
Культурно-исторические туристские центры,	
Организация предпринимательской	
деятельности,	Музейная и выставочная работа,
Основы исследовательской деятельности,	Рекреационный потенциал туристских
Региональное ресурсоведение,	территорий,
Классификация средств размещения в туризме,	Музееведение,
Информационное сопровождение экскурсионных	Стандартизация и сертификация туристских
услуг,	услуг,
Туристские ресурсы региона,	Производственная практика, преддипломная
Цифровые технологии и методы статистической	практика (10 семестр)
обработки данных,	
Экономика в туризме и гостиничном бизнесе,	
Технологии туроперейтинга,	
Культурно-исторические туристские ресурсы	

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования	
	Знает: туристские ресурсы региона, сущность,	
	понятие и методологические основы	
	регионального ресурсоведения, основные	
Региональное ресурсоведение	проблемы природопользования, реализующегося	
	в различных регионах Российской Федерации	
	Умеет: осуществлять оценку и проводить	
	мониторинг туристских ресурсов региона,	
	решать задачи, связанные с определением	
	природно-ресурсного потенциала Имеет	

	практический опыт: проведения мониторинга и
	паспортизации туристских ресурсов региона,
	выполнения практических задач, использования
	картографических материалов, понимания
	комплексного характера системы
	природопользованиярегиона.
	Знает: ресурсное обеспечение познавательного
	(культурно-исторического) вида туристской
	деятельности, понятие и классификацию
	культурно-исторических центров России,
	номенклатуру исторических городов России,
	специфику культурно-исторического развития
	отдельных территорий Умеет: используя
	статистические и другие методы обработки
	информации проводить анализ и выявлять
	туристско-рекреационный потенциал культурно-
Культурно-исторические туристские центры	исторических центров и исторических городов
	России для целей туристской деятельности,
	проводить паспортизацию культурно-
	исторических центров и исторических городов
	России для целей туристской деятельности,
Legistypho heroph leekhe typhetekhe denriph	создавать концепции развития туризма
	региональных центров на основе имеющихся
	культурно-исторических ресурсов Имеет
	практический опыт: презентации информации о
	культурно-исторических центрах и
	экскурсионных объектах; методами получения и
	обработки информации о культурно-
	исторических объектах, в т. ч. навыками полевых
	исследований, применения критериев оценки
	особенностей различных культурно-
	исторических центров, анализа и сопоставления
	понятий «культурно-исторический центр»,
	«памятники истории и культуры», «историко-
	культурное наследие» и др.
	Знает: основы организации
	предпринимательской деятельности в сфере
	туризма, основы планирования и показатели
	деятельности на предприятиях туристской
	индустрии Умеет: систематизировать и
	определять факторы предпринимательской
	деятельности в сфере туризма, рассчитывать и
Oppositionally the Harry constant areas are are are	опенивать пезультаты предпринимательской
Организация предпринимательской деятельности	деятельности на предприятиях туристской
	индустрии и анализировать их с помощью
	различных коэффициентов Имеет практический
	опыт: использования приемов и методов оценки
	предпринимательской деятельности в сфере
	туризма, анализа результатов
	предпринимательской деятельности на
	предприятиях туристской индустрии
	Знает: основные подходы информатизации
Цифровые технологии и методы статистической	бизнес-процессов индустрии туризма и
ранфровые технологии и методы статистической	
	гостеприимства, источники и виды
обработки данных	гостеприимства, источники и виды статистической информации, методы обработки и анализа социальной и финансово-

экономической информации, в том числе с использованием цифровых платформ, интеллектуальных информационноаналитических систем, технологий искусственного интеллекта Умеет: анализировать и формировать ценностное предложение информационных решений для различных предприятий индустрии туризма и гостеприимства, использовать программное обеспечение для обработки статистической информации при осуществлении рыночных исследований, использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы анализа социальной и финансово-экономической информации для выбора обоснования управленческих решений Имеет практический опыт: опыт использования Web-аналитики для повышения эффективности деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства, сбора, анализа и обработки статистической информации при осуществлении рыночных исследований, анализа социальной и финансово-экономической информации для решения задач профессиональной деятельности

Технологии туроперейтинга

Знает: технологии разработки туристских продуктов/услуг на рынке внутреннего, въездного и выездного туризма, основные понятия туристского рынка, схему туристского кругооборота; место и роль туроператоров и агентов на туристском рынке и в туристской индустрии; понятие и основные функции туроператоров и агентов; отличия туроператорской и турагентской деятельности; распределение турпродукта; взаимоотношения туроператоров и турагентов; подходы к классификации туроператоров и агентов, особенности турпродукта как комплекса туристских услуг и результата агентскооператорского производства; уровни и формы туристского продукта; основы управления туристским продуктом и его жизненным циклом в рамках товарно-ассортиментной политики туроператоров и турагентов, формы представления ассортимента туроператора Умеет: компетентно определять необходимую структуру и содержание туристского продукта, разрабатывать предложения по формированию ассортимента туристских продуктов: программ обслуживания, маршрутов и структуры поездок (в зависимости от целей поездок); формировать предложение туроператоров на основе рыночных исследований с использованием современного программного обеспечения, разрабатывать предложения по формированию ассортимента туристских продуктов: программ обслуживания, маршрутов и структуры поездок; формировать

	предложение туроператоров Имеет практический опыт: разработки туристских продуктов/ услуг на рынке внутреннего, въездного и выездного туризма, формирования ассортимента туристских услуг и продуктов; навыками решения практических задач, связанных с организацией путешествия; навыками получения, анализа и использования информации, а также современными информационными технологиями, необходимыми для организации путешествия, формирования ассортимента туристских услуг и продуктов; реализации туристского продукта с использованием современных информационных и технологий
Информационно-коммуникативные и гис- технологии в туризме	для продвижения туристского продукта, основные виды программных продуктов для работы с текстовыми, графическими, статистическими, изобразительными данными и их особенности, телекоммуникационные системы и компьютерные сети в туризме; туристские информационные системы Умеет: использовать возможности современных информационных технологий для продвижения туристского продукта, осуществлять эффективный информационных сетях, осуществлять деловую коммуникацию с использованием телекоммуникационные системы и туристских информационных систем Имеет практический опыт: работы с программными средствами для продвижения туристского продукта (редакторы для работы с текстом и разработки презентаций), работы в текстовых и графических редакторах, базах данных, программах для обработки статистических данных, сервисах Интернета., использования информационнокоммуникативных и ГИС-технологий для осуществления делового общения и профессиональной деятельности в туризме
Экономика в туризме и гостиничном бизнесе	Знает: основные экономические категории и показатели туризма (объем туристского потока; состояние и развитие материально-технической базы: коечный фонд средств размещения, число мест предприятий питания, средний чек, доля рынка и т.п.), технико-экономические особенности туристского продукта/услуги, его составные элементы; товарную, ресурсную, инвестиционную и ценовую политику предприятий туристической индустрии и гостиничного бизнеса Умеет: выявлять экономические показатели развития рынка туризма: количество въезжающих/ выезжающих туристов, количество туродней, денежные

соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, карактеристику категорий номеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении повых экскурсионных материалов, каталогов, брошюр для продвижении повых экскурсионных использовать информационное са проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении повых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, обще культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ориентиры в контексте от туристских ориентиры в контексте имеющих туристских ориентирами.		<u> </u>
тавтье «Туризм», рассвитывать базовые технико- жомомические показатели предприятий туристской индустрии и тостиничного бизнеса и проводить их диагностику Мисст практический опыт: понека расчета и надилая жомомический показателей развития туризмы, использования метода direct-совтив, методики расчета базовых технико-жономических показателей и идикаторов объектов тостиничной индустрии у знает: системы показателей и индикаторов объектов тостиничной индустрии в соответствующей системе классификации, основные требования к объекту гостиничной индустрии, установленные для категории в соответствующей системе классификации основные требования к объекту гостиничной индустрии, установленные для категории в соответствующей системе классификации Умест- непользовати методы мониторинта рыпка гостиничных услуг , определять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: апалуза рыпка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, выпокая организационную структуру предприятия, карактеристику категорий померов, здания и придегающей территории, технического оборужования и оснащения, персонава и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализацио экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг, в рамках процесса проектирования, персонавания программнуслуг в рамках процесса проектирования в технологий и меет: создавать вербальные модели экскурсионных технологий, использовать информационные техн		
экопомические показители предприятий турнстской индустрии и гостиничного бизнеса и проводить их диагностику Имест практический опыт: поиска, расчета и ападиса экопомических показателей развития туризма, использования метода direct-costing, методики расчета базовых технико-экономических показателей созданного туристского продукта/услуги  Знает: системы показателей и индликаторов объектов гостинических показателей созданного туристского продукта/услуги  Знает: системы показателей и индликаторов объектов гостиниченой индустрии в соответствующей систем классификации, основные требованиям к объекту гостиничной индустрии, установленные для категории в соответствующей системь классификации Умест: сисном, зовать методы мониторицта рыпка гостиничной индустрии, установленные для категории в соответствующей системь классификации Имест использованием современного объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, услуг с использованием современного программного обсетечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий вомеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и основнения, технологий, инновационные технологий в области продвижения экскурснонных программ/услуг на основе современных технологий? Имеет: создавать вербальные модели экскурснонных услуг с использованием современных технологий умеет: создавать вербальные модели экскурснонных услуг с использованием современных технологий умеет: создавать вербальные модели экскурснонных услуг объектирования, разработки и ректирования программ/услуг в рамках процесса проектирования, включения программ/услуг в рамках зроцесса проектирования, включениях программ/услуг в рамках зроцесса проектирования, включениях программунах п		
туристской индустрии и гостиничного бизвеса и проводить их диагностику Имеет практический опыт: поиска, расчета и анализа экономических показателей развития туризма, использования метода direct-сохіде, методики расчета базовых технико-экономических показателей созданного туристского продукта/услуги.  Знаст: системы показателей и индикаторов объектов гостиничной индустрии в соответствующей системы классификации, основные требования к объекту гостиничной индустрии, установленные для клетории в соответствующей системы классификации Умест: использовать методы мониторинга рынка гостиничных услуг, опредалять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системы классификации Имеет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программного обсепсчения, оценки объекта гостиничный индустрии, включая организационную структуру предприятия, карактеристику категорий номеров, заания и придстающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знаст: технологии просктирования, разработки и реализации эккурсновных программ/услуг на состаети в области продвижения экскурсновных программ/услуг на основе современных технологий, инноващиюнные технологий в области продвижения экскурсновных услуг и спецальзованием современных технологий, инноващиюнных суслуг и продвижения экскурсновных услуг и программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных местирования, разработки рекламных челующей и программ/услуг в рамках процесса проектирования и основе современных технологий, инпользованием современных технологий, инпользованием современных технологий, пользованием современных программ услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурснонных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурснонных программ и услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурснонных программ и услуг на методологи проссса проектирования, разработки рекламных апристем, ногити и месторого		
проводить их двягностику Имеет практический опыт: поиска, расчета и анализа экономических показателей развития туризма, использования метода direct-costing, методики расчета базовых технико-экономических показателей и индикаторов объекто гостиничной индустрии в соответствующей системе классификации, основные требования к объекту гостиничной индустрии в соответствующей системе классификации Умеет: использовать истоды монтигориита рыпка гостиничной умеет использовать истоды монтигориита рыпка гостиничной умеет использовать истоды монтигориита рыпка гостиничных услуг , определять соответствующей системе классификации Умеет пектический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использовать методы монтигориита рыпка гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программого обсетоечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий имеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знаст: технологии просктирования разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инповационных технологий, инповационных технологий умеет: создавать екскурсионных заксурсионных услуг в рамках процесса проектирования па основе современных технологий умеет: создавать екскорогии для продвижении экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования па основе современных технологий умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, броинор для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знаст: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, обще культурно-пенностные орисптиры в контексте мнеющихся туруютскых ресурсов, понятие и		экономические показатели предприятий
опыт: поиска, расчета и анализа экономических показателей развития туризма, использования метода direct-соsting, методаки расчета базовых технико-экономических показателей созданного туристского продукта/услуги  Знает: системы показателей и индикаторов объектов гостиничной индустрии, устаничной индустрии, устаничной индустрии, устаничной индустрии, устаничной индустрии, устаничной индустрии, установленные дыв категории в соответствующей системе классификации Умест: использовать методы мониторинта рынка гостиничных услуг, определять соответствие объекта гостиничной индустрии, услуг, определять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рыпка гостиничных услуг с использованием собременного программного обсепсчения, отепки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, карактеристику категорий номеров, здания и прилегающей герритории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.л.  Знаст: технологии просктирования услуг, виды рекламы, средства распространения услуг, информационное сопровождение экскурсионных услуг и кользованием современных технологий умест: создавать вербальные модели экскурсионных услуг временых технологий умест: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса просктирования на основе современых технологий для продвижении экскурсионных услуг имест практический опыт; создавия мербальной модели экскурсионных программ услуг имеет практический опыт; создавия мербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса просктирования, разработки ресхирования и практический рекламных мербальной модели экскурсионных программ и услуг Имеет практический рекламных магериалов, каталогов, бропнор для продвижении новых экскурсионных программ и услуг имеет практический рекламных магериалов, каталогов, бропнор для продвижении новых экскурсионных программ и услуг имеет ресурсов дегиона.		туристской индустрии и гостиничного бизнеса и
показалсией развития туризма, использования метода direct-costing, методики расчета базовых технико-экопомических показателей создащного туристского продукта/услуги  Знает: системы показателей и индикаторов объектов гостиничной индустрии в соответствующей системе классификации, основыме требования к объекту гостиничной индустрии, установленные для категории в соответствующей системе классификации Умеет: использовать истоды мониториита рыпка гостиничным услуг, определять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рыпка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорай номеров, задания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, ваработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологий, инновационные технологий умест: создавать ехкурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг и продвижении экскурсионных программ/услуг в рамках процесса просктирования па основе современных технологий, использовать информационные технологий для продвижении экскурсионных программ/услуг в рамках процесса просктирования па основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных программ/услуг в рамках процесса просктирования па основе современных технологий для продвижении экскурсионных программ/услуг в рамках процесса просктирования па основе современных программ/услуг в рамках процесса просктирования, в рамках процесса просктирования, общера просктирования, общера регионального ресурсоведения, обще сущность, полятие и методологическое основы регионального ресурсоведения, общие		проводить их диагностику Имеет практический
метода бітесн-соsting, методики расчета базовых технико-экономических показателей созданного туристского продукта/услуги  Знает: системы показателей и индикаторов объектов гостиничной индустрии в соответствующей системе классификации, основные требования к объекту гостиничной индустрии, устаничной индустрии, установленые, для категории в соответствующей системе классификации Умест: использовать методы мониторинта рынка гостиничных услуг, определять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имест практический опыт: анализа рыпка гостиничных услуг с использованием современного программного обсепечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий померов, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.л.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инноващиюные технологий в области продвижения экскурсионных услуг с использованием современных технологий умест; создавать вербальные модели экскурсионных услуг, виды реккамы, средства распространсния укскурсионных услуг и ипорами/услуг и рамках и рамках процесса проектирования, разработки рекламных программ/услуг рамках и рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для проавижении иля продвижении экскурсионных услуг и рамках и рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для проавижении новых экскурсионных программ/услуг рамках и рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для проавижении новых экскурсионных программ/услуг рамках в рамках процесса проектирования, польтие и методологические осковы регионального ресурсовсдения, обще культурно-ценностные ориентиры в контекте мисющихея туристских ресурсов, полятие и		опыт: поиска, расчета и анализа экономических
метода бітесн-соsting, методики расчета базовых технико-экономических показателей созданного туристского продукта/услуги  Знает: системы показателей и индикаторов объектов гостиничной индустрии в соответствующей системе классификации, основные требования к объекту гостиничной индустрии, установленые для категории в соответствующей системе классификации Умеет: использовать методы мониторинга рынка гостиничных услугу, определять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленыем для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использоватьметоры категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программного обсетечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную с труктуру предприятия, характеристику категорий номеров, здания и прилстающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных пресонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных услуг с использованием современных технологий умеет: создавать вербальные модели экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных программ/услуг в рамках происсеа проектирования, разработки рекламных технологий, использовати рекречонных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалю, каталогов, брошор для продвижении новых экскурсионных программ/услуг в рамках в рамках процесса проектирования, разработки рекречонных программ/услуг в рамках в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалю, каталогов, брошор для проектирования, польтие и методологические основы региона, сущность, понятие и методологические основы региона, обще сущность, понятие и методологические основы регионанизорные проектирова и использоваться орестова понятие и методологические основы услугурно-ценностные ориентиры в конте		показателей развития туризма, использования
технико-экономических показателей созданного туристского продукта/услуги  Знает: системы показателей и индикаторов объектов гостицичной индустрии в соответствующей системе классификации, основные требования к объекту гостицичной индустрии в соответствующей системе классификации Умест: использовать методы мощиторицга рышка гостиничных услуг, определять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленные для категории в соответствующей системе классификации Умест: использовать методы мощиторицга рышка гостиничных услуг, определять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имест программиного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, квлючая организационную структуру предприятия, характеротий понт: знализа рышка гостиничной индустрии, квлючая организационную структуру предприятия, характеротику квтеторий померов, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, програмы/услуг на основе современных технологий умест: оздавать вербальные модели экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг использованием современных технологий умеет: создавать вербальные модели экскурсионных услуг (инования) экскурсионных услуг и рамках програми/услуг рамках програми/услуг рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологий, использовать информационных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных услуг имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных услуг имеет практические основы проектирования, разработки рекламыционные технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологий, вербального объекторы двать вербального объекторования, разработки и методологическ		
знает: системы показателей и индикаторов объсктов гостиничной индустрии в соответствующей системе классификации, основые требования к объекту гостиничной индустрии, установленные для категории в соответствующей системе классификации Умеет: использовать методы мониторнита рынка гостиничных услуг, определять соответствие объекта гостиничных услуг, определять соответствие объекта гостиничных услуг пределять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, услуг с использованием современного программного объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий номеров, здания и придегающей территории, технического оборудования и оснапсения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных услуг в использованием современных технологий, инновационные технологий, инновационных услуг с использованием современных технологий в области проравижения экскурсионных услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологий, иля продвижения экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошкор для продвижении экскурсионных материалов, каталогов, брошкор для продвижении повых экскурсионных материалов, каталогов, брошкор для продвижении повых экскурсионных материалов, каталогов, брошкор для продвижении повых экскурсионных исулут.  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведелия, общие культури-ценностные ориентиры в контексте имеющих утристских ресурсов, понятие и методологические основы		
объектов гостивичной илдустрии в соответстетвующей системе классификации, основные требования к объекту гостиничной индустрии, установленные для категории в соответствующей системе классификации Умеет: использовать методы мощиторнига рышка гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рыпка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий номеров, здания и прилетающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологий умеет: создавать вербальные модели экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг, виды рекламы, технологий умеет: создавать вербальные модели экскурсионных услуг и использованием современных технологий умеет: создавать вербальной модели экскурсионных услуг // Имеет практический опыт: создавать вербальной модели экскурсионных услуг // Имеет практический опыт: создавия вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошнор для продвижении новых экскурсионных услуг // Имеет практический опыт: создавия вербальной модели экскурсионных услуг /// Имеет практический опыт: создавия вербальной модели экскурсионных услуг ////////////////////////////////////		
соответствующей системе классификации, основные требования к объекту гостиничной индустрии, установленные для категории в соответствующей системе классификации Умест: использовать методы мопиторишта рыпка гостиничных услуг, определять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: апализа рыпка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, карактеристику категорий номеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснашения, персонала и т.д.  Знаст: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологий в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умест: создавать вербальные модели экскурсионных трограмми услуг и режимым программуслуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий услуг и программуслуг в рамках процесса проектирования и основе современных технологий закруснонных программуслуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошпор для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, полятие и мстодологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		=
основные требования к объекту гостиничной индустрии, установленные для категории в соответствующей системе классификации Умеет: использовать методы мониторинга рынка гостиничных услуг , определять соответствие объекта гостиничных услуг , определять соответствие объекта гостиничных индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, карактеристику категорий номеров, здания и прилстаноцей терригории, технического оборудования и оснашения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологии в области продыжения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологии умеет: создавать вербальные модели экскурсионных услуг информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг имеет практический опыт: создавизь вербальной модсли экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталого, броннор для продвижении повых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионалного ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и методологические основы		
индустрии, установленные для категории в соответствующей системе классификации Умеет: использовать методы мониторинга рыпка гостиничных услуг, определять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт; анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий номеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологий в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных технологий умеет: создавать вербальные модели экскурсионных ипрограмм/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий для продвижении экскурсионных услуг и проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг угут у рамках рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошкор для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы рсгионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туриготских ресурсов, понятие и		соответствующей системе классификации,
соответствующей системе классификации Умеет: использовать методы мопиторнита рыпка гостиничных услуг , определять соответствие объекта гостиничных услуг , определять соответствие объекта гостиничный индустрии требованиям, установленным для кататегории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современното программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий номеров, здания и прилетающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологий и области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий услуг, виды рекламы средства распространения экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологии, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошнор для продвижении новых экскурсионных материалов, каталогов, брошнор для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристских ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсовдения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имсющихся туристских ресурсов, понятие и		основные требования к объекту гостиничной
соответствующей системе классификации Умеет: использовать методы мопиторнита рыпка гостиничных услуг , определять соответствие объекта гостиничных услуг , определять соответствие объекта гостиничных услуг , определять соответствие объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программного обсетечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий номеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг сиспользованием современных технологий услуг образьные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологии для продвижения укскурсионных программ/услуг рактический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в ракках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошнор для продвижении новых экскурсионных материалов, каталогов, брошнор для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристских ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имсющихся туристских ресурсов, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имсющихся туристских ресурсов, понятие и методологические основы регионального ресурсов, понятие и методологические основы регионального ресурсов, понятие и методологические основы		индустрии, установленные для категории в
Классификация средств размещения в туризме  классификации и меет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий номеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знаст: технологии просктирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инповационные технологий умест: создавать вербальные модели экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий умест: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса просктирования на основе современных технологий, использовать внформационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса просктирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знаст: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		соответствующей системе классификации Умеет:
объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, карактеристику категорий номеров, задния и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных технологий, инповационные технологий и продвижения экскурсионных услуг виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологий и диля продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных использовать информационные технологий, использовать информационные технологий и делу за дамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, обще культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		использовать методы мониторинга рынка
объекта гостиничной индустрии требованиям, установленным для категории в соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, карактеристику категорий номеров, задния и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных технологий, инповационные технологий и продвижения экскурсионных услуг виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологий и диля продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных использовать информационные технологий, использовать информационные технологий и делу за дамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, обще культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		гостиничных услуг, определять соответствие
соответствующей системе классификации Имеет практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, карактеристику категорий номеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении повых экскурсионных материалов, каталогов, брошюр для продвижении повых экскурсионных использовать информационное са проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении повых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, обще культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ориентиры в контексте от туристских ориентиры в контексте имеющих туристских ориентирами.		
практический опыт: анализа рынка гостиничных услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий номеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологий, инновационные технологий, инновационные технологий, инновационных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умест: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологий для продвижении экскурсионных услуг Имест практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте именопихся туристских ресурсов, понятие и	Классификация средств размещения в туризме	установленным для категории в
услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий померов, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологий в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках врамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		соответствующей системе классификации Имеет
услуг с использованием современного программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий померов, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологий в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
программного обеспечения, оценки объекта гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий номеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологий в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
гостиничной индустрии, включая организационную структуру предприятия, характеристику категорий номеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологий, использовать информационных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
организационную структуру предприятия, характеристику категорий номеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошнор для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
характеристику категорий номеров, здания и прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработир екламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
прилегающей территории, технического оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
оборудования и оснащения, персонала и т.д.  Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
Знает: технологии проектирования, разработки и реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных информационное сопровождение экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
реализации экскурсионных программ/услуг на основе современных технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных информационное сопровождение экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
основе современных технологий, инновационные технологий, инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		1
инновационные технологии в области продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошнор для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
продвижения экскурсионных услуг, виды рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологий для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		_ ·
рекламы, средства распространения экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
экскурсионных услуг с использованием современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
современных технологий Умеет: создавать вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
Вербальные модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
Информационное сопровождение экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		<u> </u>
услуг проектирования на основе современных технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и	W. A. a. covers of a second of	
технологий, использовать информационные технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и	1	
технологии для продвижении экскурсионных услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и	услуг	
услуг Имеет практический опыт: создания вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		·
вербальной модели экскурсионных программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
программ/услуг в рамках) в рамках процесса проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
проектирования, разработки рекламных материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
материалов, каталогов, брошюр для продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
продвижении новых экскурсионных программ и услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
услуг  Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
Знает: знать туристские ресурсы региона, сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		продвижении новых экскурсионных программ и
сущность, понятие и методологические основы регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
Туристские ресурсы региона региона регионального ресурсоведения, общие культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		
культурно-ценностные ориентиры в контексте имеющихся туристских ресурсов, понятие и		1 -
имеющихся туристских ресурсов, понятие и	Туристские ресурсы региона	
	- Jr Pool kan kan mana	' ' ' '
I 1		
классификацию культурно-исторических		классификацию культурно-исторических

	_
	туристских ресурсов, роль и значение
	туристских ресурсов в организации туристских
	продуктов/услуг Умеет: проводить оценку
	туристской привлекательности и мониторинг
	туристских ресурсов региона, устанавливать
	систему взаимосвязей между имеющимися
	культурно-историческими туристскими
	ресурсами и межкультурным разнообразием
	региона, использовать знания о туристских
	ресурсах региона в процессе формирования
	туристского продукта и с целью создания
	концепций регионального развития туризма и его
	отдельных видов Имеет практический опыт:
	создания инновационных турпродуктов в
	региональном туризме, определения культурной
	привлекательности объектов туристских
	ресурсов региона, заполнения бланочной и
	нормативной документации для включения
	историко-культурных памятников в объекты
	туристской деятельности и экскурсионные
	маршруты, организации туристского продукта и
	создания концепций регионального туризма на
	основе имеющихся туристских ресурсов
	Знает: ресурсное обеспечение познавательного
	(культурно-исторического) вида туристской
	деятельности, формы включения культурно-
	исторических ресурсов в систему туристского
	обслуживания, общие культурно-ценностные
	ориентиры в контексте имеющихся туристских
	ресурсов, понятие и классификацию культурно-
	исторических туристских ресурсов Умеет:
	используя статистические и другие методы в
	процессе обработки информации проводить
	анализ и выявлять культурно-исторические
	туристские ресурсы для целей туристской
	деятельности, проводить отбор культурно-
	исторических ресурсов для включения в систему
Культурно-исторические туристские ресурсы	туристского обслуживания, устанавливать
	систему взаимосвязей между имеющимися
	культурно-историческими туристскими
	ресурсами и межкультурным разнообразием
	региона Имеет практический опыт: презентации
	информации о культурно-исторических
	туристских ресурсах, составления туристских
	продуктов на основе аттрактивности культурно-
	исторических ресурсов, определения культурной
	привлекательности объектов туристских
	ресурсов региона, заполнения бланочной и
	нормативной документации для включения
	историко-культурных памятников в объекты
	туристской деятельности и экскурсионные
	маршруты
	Знает: основные понятия, методы и средства
Основы исследовательской деятельности	научно-исследовательской работы, основные
	MOTOR CONTINUE IN A COMPANY VIVIA CONTINUE CONTI
	категории и методы информационно- аналитической деятельности в туристской

индустрии Умеет: анализировать туристский
рынок и проводить мониторинг состояния
предприятий туристской индустрии и
социокультурной инфраструктуры; а также
обрабатывать информацию в туристских целях,
работать с программными продуктами по
обработке данных научно-исследовательской
работы Имеет практический опыт: проведения
научно-исследовательской работы в различных
сферах деятельности предприятий туристской
индустрии, интерпретации информационных
данных как результата исследовательской
деятельности

# 4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч., 18,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах  Номер семестра
Общая трудоёмкость дисциплины	108	108
Аудиторные занятия:	12	12
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	89,75	89,75
с применением дистанционных образовательных технологий	0	
Задание 4 Характеристика видов туризма на основе особенностей организации и продолжительности маршрутов		8
Задание 5 Характеристика туров. Определить туристскорекреационные зоны для создания турпродуктов.		8
Подготовка к практическим занятиям	16	16
Подготовка к зачету	25,75	25.75
задание 7 Понятие сезонности в туризме Виды туристских сезонов	8	8
задание 8 Подготовить сообщение по темам: 1, Сущность авиационного туризма региона 2. Основные направления авиалиний Современное состояние железнодорожных перевозок региона 4. Водный туризм региона(речные круизы, сплавы, приозерный туризм, приморский туризм) 5. Пешеходный туризм региона		8
Задание 3 География различных видов туризма	8	8
задание 6 Характеристика программ туризма. Разработка рекомендаций по продвижению турпродукта.	8	8
Консультации и промежуточная аттестация	6,25	6,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	_	зачет

# 5. Содержание дисциплины

№ Наименование разделов дисциплины		Объем аудиторных занятий по видам в часах			
раздела	· · ·	Всего	Л	П3	ЛР
1	Классификация и тенденции развития видов и форм туризма	12	8	4	0

### 5.1. Лекции

<b>№</b> лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол- во часов
1	1	Понятие и классификация различных видов туризма в основных туристских регионах	2
2	1 1	Особенности основных видов туризма - тенденции и перспективы их развития.	2
3	1	.Виды туризма на основе административно-территориальной принадлежности туриста	2
4		Виды туризма, выделяемые по целям путешествия и на основе источников финансирования	2

# 5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол- во часов
1	1	Характеристика и выбор эффективных направлений туризма на основе анализа статистических данных	2
2	1	Характеристика видов туризма на основе целей путешествий	2

# 5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

# 5.4. Самостоятельная работа студента

	Выполнение СРС		
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол- во часов
Задание 4 Характеристика видов туризма на основе особенностей организации и продолжительности маршрутов	Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13686-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477181 (дата обращения: 21.10.2021).	8	8
Задание 5 Характеристика туров. Определить туристско- рекреационные зоны для создания	1.Лукьянова, Н.С.Географиятуризма: туристскиерегионымираиРоссии. Практикум[Текст]:учеб.пособиедля вузовпоспециальности"Социальнокультурныйсервиситуризм"/Н.С. Лукьянова.–М.:КНОРУС,2012.–166 2.Третьякова, Т.Н.Видыитенденции	8	8

TUNING IN HETOD	развитиятуризма[Текст]:учеб.пособие		Ī
турпродуктов.	длятурист.специальностей/Т.Н. Третьякова;Урал.гос.ун-тфиз.		
	культуры, Ин-ттуризмаисоциал. культур. сервиса. — Челябинск:		
	Издательство УралГУФК, 2008.—269с.		
Подготовка к практическим занятиям	1.Лукьянова, Н.С.Географиятуризма: туристскиерегионымираиРоссии. Практикум[Текст]:учеб.пособиедля вузовпоспециальности"Социальнокультурныйсервиситуризм"/Н.С. Лукьянова.—М.:КНОРУС,2012.—166 2.Третьякова, Т.Н.Видыитенденции развитиятуризма[Текст]:учеб.пособие	8	16
	длятурист.специальностей/Т.Н. Третьякова;Урал.гос.ун-тфиз. культуры,Ин-ттуризмаисоциал.культур.сервиса.—Челябинск: ИздательствоУралГУФК,2008.—269с.		
Подготовка к зачету	Третьякова, Т.Н.Видыитенденции развитиятуризма[Текст]:учеб.пособие длятурист.специальностей/Т.Н. Третьякова; Урал.гос.ун-тфиз. культуры, Ин-ттуризмаисоциал.культур.сервиса.—Челябинск: Издательство УралГУФК, 2008.—269с.	8	25,75
задание 7 Понятие сезонности в туризме Виды туристских сезонов	Третьякова, Т.Н.Видыитенденции развитиятуризма[Текст]:учеб.пособие длятурист.специальностей/Т.Н. Третьякова; Урал.гос.ун-тфиз. культуры, Ин-ттуризмаисоциал.культур.сервиса.—Челябинск: Издательство УралГУФК, 2008.—269с.	8	8
задание 8 Подготовить сообщение по темам: 1, Сущность авиационного туризма региона 2. Основные направления авиалиний Современное состояние железнодорожных перевозок региона 4. Водный туризм региона(речные круизы, сплавы, приозерный туризм, приморский туризм, приморский туризм) 5. Пешеходный туризм региона	Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13686-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477181 (дата обращения: 21.10.2021).	8	8
Задание 3 География различных видов туризма	Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13686-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477181 (дата обращения: 21.10.2021).	8	8
задание 6 Характеристика программ туризма.	Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-	8	8

Разработка	534-13686-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа	
рекомендаций по	Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477181 (дата	
продвижению	обращения: 21.10.2021).	
турпродукта.		

### 6. Текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

### 6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

<b>№</b> KM	Се- местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Bec	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учи- тыва - ется в ПА
1	8	Текущий контроль	Характеристика и выбор эффективных направлений туризма на основе анализа статистических данных	1	5	Количество набранных баллов Оценка от 27 баллов до 20 баллов – 5 отлично От 19 баллов до 15 баллов – 4 хорошо От 14 до 8 баллов – 3 удовлетворительно От 7 баллов – 2 неудовлетворительно	зачет
2	8	Текущий контроль	Характеристика видов туризма	1	5	Количество набранных баллов Оценка от 27 баллов до 20 баллов – 5 отлично От 19 баллов до 15 баллов – 4 хорошо От 14 до 8 баллов – 3 удовлетворительно От 7 баллов – 2 неудовлетворительно	зачет
3	8	Текущий контроль	Характеристика видов туризма	1	5	Количество набранных баллов Оценка от 27 баллов до 20 баллов – 5 отлично От 19 баллов до 15 баллов – 4 хорошо От 14 до 8 баллов – 3 удовлетворительно От 7 баллов – 2 неудовлетворительно	зачет
4	8	Текущий контроль	Характеристика видов туризма на основе особенностей организации и продолжительности маршрутов	1	5	Количество набранных баллов Оценка от 27 баллов до 20 баллов – 5 отлично От 19 баллов до 15 баллов – 4 хорошо От 14 до 8 баллов – 3 удовлетворительно От 7 баллов – 2 неудовлетворительно	зачет
5	8	Текущий контроль	Характеристика туров. Определить туристскорекреационные зоны для создания турпродуктов.	1	5	Оценка от 27 баллов до 20 баллов – 5 отлично От 19 баллов до 15 баллов – 4 хорошо От 14 до 8 баллов – 3 удовлетворительно От 7 баллов – 2 неудовлетворительно	зачет
6	8	Текущий контроль	Характеристика программ туризма.	1	5	Оценка от 27 баллов до 20 баллов – 5 отлично	зачет

			Разработка рекомендаций по продвижению турпродукта.			От 19 баллов до 15 баллов – 4 хорошо От 14 до 8 баллов – 3 удовлетворительно От 7 баллов – 2 неудовлетворительно	
7	8	Текущий контроль	Характеристика видов туризма по способу передвижения на маршруте	1	5	Оценка от 27 баллов до 20 баллов – 5 отлично От 19 баллов до 15 баллов – 4 хорошо От 14 до 8 баллов – 3 удовлетворительно От 7 баллов – 2 неудовлетворительно	зачет
8	8	Текущий контроль	Особенности организации туризма для лиц с ограниченными возможностями	1	5	Оценка от 27 баллов до 20 баллов – 5 отлично От 19 баллов до 15 баллов – 4 хорошо От 14 до 8 баллов – 3 удовлетворительно От 7 баллов – 2 неудовлетворительно	зачет
9	8	Проме- жуточная аттестация	тест к зачету	1	28	Промежуточная аттестация включает компьютерное тестирование. Тест состоит из вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 40 минут. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответ на вопрос соответствует 0 баллов.	зачет

# 6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	тестирование	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

### 6.3. Оценочные материалы

I a series and series are series and series and series and series and series and series	Dagger many a Surveyor	№ KM							
Компетенции	и Результаты обучения		2	3	4	56	5 7	8	9
ПК-1	Знает: характерные особенности различных видов туризма в основных туристских регионах России	+	+	+	+		+	+	+
ПК-1	Умеет: выбирать и определять эффективные направления развития туризма в регионах России на основе анализа статистических данных в туризме	+	+	+	+		+	+	+
	Имеет практический опыт: определения туристско-рекреационных зон и перспективных видов развития туризма для создания эффективных туристских продуктов		+			+	+		+
ПК-4	Знает: характерные особенности продвижения различных видов туристских продуктов			+				+	+
ПК-4	Умеет: характеризовать различные виды туризма и выбирать эффективные меры для продвижения их видов туристских продуктов	+	+	+	+		+ -+	+	+
ПК-4	Имеет практический опыт: подбора и использования на практике эффективных мер для продвижения различных видов туристских продуктов		+	+	+	_	+ -		+

Фонды оценочных средств по каждому контрольному мероприятию находятся в приложениях.

### 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

Не предусмотрена

б) дополнительная литература:

Не предусмотрена

- в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке: Не предусмотрены
- г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:
  - 1. Дурович, А. П. Организация туризма : учебное пособие / А. П. Дурович. Минск : РИПО, 2020. 295 с. ISBN

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Дурович, А. П. Организация туризма: учебное пособие / А. П.

Дурович. — Минск: РИПО, 2020. — 295 с. — ISBN

### Электронная учебно-методическая документация

Ŋº	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	литература	Электронно-	Данилина, М. В. Маркетинг в туристской индустрии: методические указания: методические указания / М. В. Данилина. — Кострома: КГУ им. Н.А. Некрасова, 2020. — 32 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/160097
2	Основная литература	Электронная библиотека Юрайт	Боголюбова, С. А. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие для вузов / С. А. Боголюбова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13686-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477181 (дата обращения: 21.10.2021).

Перечень используемого программного обеспечения:

- 1. Microsoft-Windows(бессрочно)
- 2. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. ООО "Гарант Урал Сервис"-Гарант (бессрочно)

### 8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид	No	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника,
занятий	ауд.	предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов

		занятий
Лекции	308 (7P)	Стол преподавателя (сервер) – 1 шт. 2. Телевизор – 1 шт. 3. Рабочее место с компьютером – 9 шт. 4. Принтер – 1 шт. 5. Коммутатор – 1 шт. 6. Шкаф для документов – 1 шт. 7. Сплит-система LG UT24/UU24