

**ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный аграрный
университет имени М.М. Джамбулатова»**

Факультет Экономический

Кафедра Анализа, статистики и организации предпринимательства в АПК



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ УСЛУГ ТУРИНДУСТРИИ»

Направление подготовки

43.03.02 «Туризм»

Направленность (профиль) подготовки

«Технология и организация экскурсионных услуг»

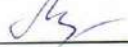
Квалификация – бакалавр

Форма обучения – *очная и заочная*

Махачкала 2020

ЛИСТ РАССМОТРЕНИЯ И СОГЛАСОВАНИЯ

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №1463 от 14 декабря 2015г., к результатам освоения программы бакалавриата по направлению 43.03.02 «Туризм»

Составитель: Мустафаева Х.Д., к.э.н., доцент 

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры «Анализа, статистики и организации предпринимательства в АПК» «20» 04 2020 г., протокол № 8.

Заведующий кафедрой

Раджабов А.Н. 

Рабочая программа одобрена методической комиссией экономического факультета протокол № 9 от 10.05.2020г.

Председатель методической комиссии факультета:

Азракулиев З.М. 

СОДЕРЖАНИЕ:

1.Цели и задачи дисциплины	4
2.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
3.Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4.Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
5.Содержание дисциплины	7
5.1.Разделы дисциплины и виды занятий в часах	7
5.2.Тематический план лекций	7
5.3.Тематический план практических занятий	8
5.4.Содержание разделов дисциплины	9
6.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	10
7. Фонды оценочных средств	14
7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	14
7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций	14
7.3. Типовые контрольные задания	16
7.4. Методика оценивания знаний, умений, навыков	20
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	22
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	23
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	24
11. Информационные технологии и программное обеспечение	28
12. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса	30
13. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	30
Дополнения и изменения в рабочую программу дисциплины	32
ПРИЛОЖЕНИЕ	

1. Цели и задачи дисциплины

Дисциплина «Технологии продаж услуг туриндустрии» входит к базовой части профессионального блока подготовки бакалавров по направлению 43.03.02 Туризм реализуется на 3 курсе 6 семестра

Целями освоения дисциплины «Технологии продаж услуг туриндустрии» являются:

- дать необходимые теоретические и практические знания в области технологии продаж услуг туристской индустрии;
- привить практические навыки разработки и продвижения турпродукта;
- оценивать эффективность проведения операций;
- давать рекомендации по улучшению продаж услуг туристской индустрии.

Задачами изучения дисциплины являются

- сформировать у обучающегося представление об обеспечении услугами туриндустрии;
- выработать практические навыки разработки и продвижения турпродукта;
- сформировать у обучающегося представление об особенностях;
- сформировать у обучающегося комплексное представление об особенностях формирования продажи услуг туриндустрии;
- определить основные направления ценовой политики туроператоров;
- сформировать у обучающегося комплексное представление об основах технологии услуг туриндустрии с учетом современных подходов к организации обслуживания, раскрытию специфики разработки программ обслуживания по определенному виду туризма, формированию методических навыков разработки программ обслуживания туристов.

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

Компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий этапы формирования компетенции	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
			знать	уметь	владеть
ОПК-3	Способностью организовать процесс обслуживания	<i>Основы туристской индустрии</i>	Основы организации процесса обслуживания	Организовать процесс обслуживания потребителей	способностью организовать процесс обслуживания

	потребителей и (или) туристов	и	ия потребителе й и (или) туристов	и(или) туристов	потребителей и (или) туристов
ПК-9	Готовностью к применению инновационных технологий туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов	Технология продаж услуг туристской индустрии	Основы применения инновационных технологий в туристской деятельности и и новых форм обслуживания потребителей и туристов	Уметь быть готовым к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов	владеть готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.14 «Технологии продаж услуг туристской индустрии» реализуется на 3 курсе и входит в базовую часть.

Содержательная часть логически связана с дисциплинами «Экскурсоведение», «Экономика туризма», «География туризма», «Основы туризма», производственной практикой. Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при выполнении выпускной квалификационной работы и сдаче экзамена по Государственной итоговой аттестации.

Освоение компетенций в процессе изучения дисциплины способствует формированию знаний, умений и навыков, позволяющих осуществлять эффективную работу.

Разделы дисциплины и междисциплинарные связи с предыдущими и последующими дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№ № разделов данной дисциплины, необходимых для изучения (последующих) обеспечиваемых дисциплин	
		1	2
1.	География	+	+
2.	Туристско-рекреационное проектирование	+	+
3.	Основы социального государства	-	+
4.	Человек и его потребности	+	+
5.	Организация туристской деятельности	-	+
6.	Маркетинг	-	+
7.	Менеджмент		
8.	Технология продаж услуг	+	+

	туриндустрии		
9	Международный туризм		
10	Психология делового общения		
11	Реклама в туризме		
12	Организация работы турфирмы		
13	Логистика		
14	Организация и ведение бухгалтерского учета в туристской деятельности		
	ГИА		

4.Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем

Преподавание дисциплины ведется на 3 курсе в 6 семестре продолжительностью 17 недель и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, групповые и индивидуальные консультации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3зачетных единиц/ 108 акад. часов(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам).

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр
		6
Общая трудоемкость: часы	108	108
зачетные единицы	3	3
Аудиторные занятия (всего), в т.ч.:	36(8)*	36(8)*
<i>Лекции</i>	18(4)	18(4)
<i>Практические занятия (ПЗ)</i>	18(4)	18 (4)
Самостоятельная работа (СРС), в т.ч.:**	72	72
<i>подготовка к практическим занятиям</i>	12	12
<i>самостоятельное изучение тем</i>	12	12
<i>подготовка к текущему контролю знаний</i>	12	12
Промежуточная аттестация (контроль)	36	36
Экзамен		

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов
Общая трудоемкость: часы	108
зачетные единицы	3
Аудиторные занятия (всего), в т.ч.:	12
<i>лекции</i>	6

<i>практические занятия (ПЗ)</i>	6
<i>Самостоятельная работа (СРС), в т.ч.:</i>	96
<i>подготовка к практическим занятиям</i>	30
<i>самостоятельное изучение тем</i>	20
<i>подготовка к текущему контролю</i>	10
<i>Промежуточная аттестация (контроль) Экзамен</i>	36

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий в часах

Очная форма обучения

№ n/n	Наименование разделов	Всего (часов)	Аудиторные занятия (час)		Самостоятельная работа
			Лекции	ПЗ	
1.	Раздел 1. Основы туристской индустрии	36(4)	8(2)	10(2)	18
2.	Раздел 2. Технология продаж услуг туристской индустрии	36(4)	10(2)	8(2)	18
	Контроль				
	Всего	72(8)	18(4)	18(4)	36

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах

Заочная форма обучения

№ n/n	Наименование разделов	Всего (часов)	Аудиторные занятия (час)		Самостоятельная работа
			Лекции	ПЗ	
1.	Раздел 1. Основы туристской индустрии	34(2)	2	2(2)	30
2.	Раздел 2. Технология продаж услуг туристской индустрии	38(2)	4(2)	4	30
	Всего	72	6 (2)	6(2)	60

5.2. Тематический план лекций

Очная форма обучения

<u>n/n</u>	Темы лекций	Количество часов
<i>Раздел 1. Основы туристской индустрии</i>		
1.	Туристская индустрия	2
2.	Туристский продукт: основные понятия и определения	2
3.	Особенности туристского продукта и их влияние на технологию продаж	2
4	Туристский рынок. Сущность, функции туристского рынка	2(2)*

5.	Туроператорская и турагентская деятельность в сфере туризма	2
<i>Раздел 2. Технология продаж услуг туристической индустрии</i>		
6.	Разработка и управление туристским продуктом.	2
7.	Туроператоры и турагенты на международном рынке	2(2)*
8.	Покупательное поведение потребителя туристских услуг	2
9.	Проблемы и тенденции использования информационно-компьютерных технологий в туристской индустрии	2
<i>Всего часов</i>		18(4)

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах

Заочная форма обучения

<i>n/n</i>	<i>Темы лекций</i>	<i>Количество часов</i>
<i>Раздел 1 Основы туристской индустрии</i>		
1.	Туристская индустрия.	2
<i>Раздел 2.. Технология продаж услуг туристической индустрии</i>		
2.	Разработка и управление туристским продуктом.	2
3.	Проблемы и тенденции использования информационно-компьютерных технологий в туристской индустрии	2(2)
<i>Всего часов</i>		6(2)

5.3 . Тематический план практических занятий

Очная форма обучения

<i>n/n</i>	<i>Темы практических занятий</i>	<i>Количество часов</i>
<i>Раздел 1. Основы туристской индустрии</i>		
1.	Туристская индустрия	2
2.	Туристский продукт: основные понятия и определения	2
3.	Особенности туристского продукта и их влияние на технологию продаж	2
4	Туристский рынок. Сущность, функции туристского рынка	2(2)*
5.	Туроператорская и турагентская деятельность в сфере туризма	2
<i>Раздел 2. Технология продаж услуг туристической индустрии</i>		
6.	Разработка и управление туристским продуктом.	2
7.	Туроператоры и турагенты на международном рынке	2(2)*
8.	Покупательное поведение потребителя туристских услуг	2
9.	Проблемы и тенденции использования информационно-компьютерных технологий в туристской индустрии	2
<i>Всего часов</i>		18(4)

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах

Заочная форма обучения

<i>n/n</i>	<i>Темы практических занятий</i>	<i>Количество</i>
------------	----------------------------------	-------------------

		<i>часов</i>
<i>Раздел 1 Основы туристской индустрии</i>		
1.	Туристская индустрия.	2
<i>Раздел 2.. Технология продаж услуг туриндустрии</i>		
2.	Разработка и управление туристским продуктом.	2
3.	Проблемы и тенденции использования информационно-компьютерных технологий в туристской индустрии	2(2)
<i>Всего часов</i>		6 (2)

5.4. Содержание разделов дисциплины

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование раздела (темы)</i>	<i>Содержание раздела</i>	<i>Компетенции</i>
1.	Раздел 1. Основы туристской индустрии	Сущность и состояние туристской индустрии. Туристская индустрия. Развитие туризма. Тенденции развития туристской индустрии. Трансформация массового конвейерного туризма в массовый дифференцированный. Распространение концепций социально-этического маркетинга. Тенденция в развитии рынков туроператоров и турагентов. Анализ свойств, заключенных в самой сущности туристской индустрии. Туристский продукт: основные понятия и определения. Туристский продукт. Туристская услуга. Дополнительные туристские услуги (инклюзив-тур). Структура туристского пакета. Структура туристского продукта. Валовой туристский продукт. Особенности турпродукта. Специфические характеристики услуги как товар. Структурная модель туристического продукта. Правила продажи туристского продукта потребителю. Каналы распределения туристского продукта. Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения. Особенности функционирования туристского рынка. Современный туристский рынок. Современный туристский рынок и продвижение турпродукта. Сегментация туристского рынка. Критерии сегментации. Позиционирование туристского продукта. Роль турагента и туроператора на туристском рынке. Турагент. Туроператор.	ОПК-3
2	Раздел 2.. Технология продаж услуг туриндустрии.	Создание нового турпродукта. Тур как основной турпродукт. Разработка тура. Основные направления стандартизации турпродукта. Функционирование международного туристского рынка. Независимые ассоциации туроператоров и турагентов. Платежеспособность и доходность фирмы. Основные факторы туристской мотивации. Процесс принятия решения о покупке. Реализация услуг на туристском рынке. Основные характеристики информационной системы туристского предприятия. Влияние информационных технологий на туристскую индустрию. Реализация услуг на туристском рынке. Основные характеристики информационной системы туристского предприятия. Влияние информационных технологий на туристской индустрии.	ПК-9

		Проблемы и тенденции использования информационно-компьютерных технологий в российской индустрии. Взаимовлияние туризма и информационных технологий. Влияние информационных технологий на туристскую индустрию	
--	--	---	--

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Тематический план самостоятельной работы

n/ n	Тематика самостоятельной работы	Количество часов Очно/ заочно	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
			основная	дополнительная	интернет-ресурс
1	Технология персональной продажи в сфере туризма	6/10	1-4	5-9	1-7
2	Презентация туристского продукта	6/10	1-4	5-9	1-7
3	Управление возражениями клиента	6/10	1-4	5-9	1-7
4	Послепродажное обслуживание	6/10	1-4	5-9	1-7
5	Ценовая политика туристской фирмы	6/10	1-4	5-9	1-7
6	Маркетинговые коммуникации в туристском бизнесе	6/10	1-4	5-9	1-7
	Всего	36/60			

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы:

1.Игнатьева И.Ф. Организация туристской деятельности (Текст); учебное пособие. - СПб.: Питер, 2015.- 448с. (Серия «Учебное пособие»).- ISBN 978-5-496-01029-0

2. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме (Текст): учебник, реком. УМО по образованию в области производственного менеджмента Минобрнауки РФ / под ред. Е.И.Богданова.- Москва: ИНФРА-М, 2014 -214с. (Высшее образование).- ISBN 978-5-16-004713-3

3.И.Е.Киселев Технология продаж услуг в туриндустрии.-М.: Дашков и К, 2013

4. Т.Виноградова, Н.Закорин Технология продаж услуг туриндустрии . М.: «Академия». 2013

4.Черевичко Т. В. Экономика туризма [Текст] : учебное пособие. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торгов. корпор. "Дашков и К", 2012. - 264с. - ISBN 978-5-394-01491-8

Тематика рефератов по курсу «Технология продаж услуг туристической индустрии»

Целью написания рефератов является более детальное изучение и рассмотрение студентами отдельных, наиболее интересных тем. При написании реферата студент должен полностью раскрыть его тему и осветить все основные вопросы, относящиеся к данной теме. Реферат должен быть написан в определенной форме, соответствующей все требованиям написания рефератов, со всеми реквизитами и в количестве листов от 10 до 15.

1. Туристская индустрия.
 2. Технология составления туристского продукта.
 3. Особенности туристского продукта и их влияние на технологию продаж.
 4. Особенности функционирования туристского рынка.
 5. Туроператорская и турагентская деятельность в сфере туризма.
 6. Специфика продукта туристской индустрии.
 7. Специфика элементов тура.
 8. Туроператоры и турагенты на международном рынке.
 9. Покупательное поведение потребителя туристских услуг .
 10. Маркетинговая стратегия туристской фирмы .
 11. Проблемы и тенденции использования информационно-компьютерных технологий в российской индустрии.
 12. Маркетинговые коммуникации в туристском бизнесе.
 13. Обобщение опыта по технологии продаж.
 14. Продажа тур услуг по телефону.
 15. Продажи тур услуг по Интернету.
 16. Особенности продаж тур услуг.
 17. Презентация тура технология подготовки и проведения.
 18. Управление отношениями с клиентами.
 19. Принципы создания обслуживания потребителя.
 20. Ценовая политика туристской индустрии.
- Оформление реферата и его структура приведены в приложении №1.

Вопросы для самоконтроля

1. Предпродажная подготовка и установление контакта с клиентом.
2. Управление контактом с клиентом в процессе персональной продажи в сфере туризма.
3. Приемы воздействия на клиента турфирмы.
4. Процесс выявления потребностей клиентов туристской компании.
5. Презентация туристского продукта.
6. Презентация турпродукта и ее цели.
7. Правила и рекомендации проведения презентации турпродукта.
8. Переговоры о цене турпродукта.
9. Управление возражениями клиента.

10. Работа с возражениями и сомнениями клиента туристской компании.
11. Общие правила работы с возражениями.
12. Стимулирование клиента на покупку турпродукта.
13. Послепродажное обслуживание.
14. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителя туруслуг.
15. Послепродажное обслуживание в зависимости от степени удовлетворения клиента туруслуг.
16. Работа с жалобами и претензиями клиентов турфирмы . -
17. Ценовая политика туристской фирмы .
18. Цена в комплексе маркетинга туристской фирмы.
19. Основные этапы ценообразования туристского продукта .
20. Маркетинговые коммуникации в туристском бизнесе.
21. Сущность маркетинговых коммуникаций туристской фирмы.
22. Разработка коммуникационной стратегии туристской фирмы.
23. Формирование имиджа туристского предприятия.

Методические рекомендации студенту к самостоятельной работе

Самостоятельная работа студентов, предусмотренная учебным планом в объеме не менее 50% общего количества часов, соответствует более глубокому усвоению изучаемого курса, формирует навыки исследовательской работы и ориентирует студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Самостоятельная работа носит систематический характер.

Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации студента (экзамен). При этом проводятся: тестирование, экспресс-опрос на семинарских и практических занятиях, заслушивание докладов, рефератов, проверка письменных работ и т.д.

Задания для самостоятельной работы составляются по разделам и темам, по которым не предусмотрены аудиторские занятия, либо требуется дополнительно проработать и проанализировать рассматриваемый преподавателем материал в объеме запланированных часов.

Для подготовки к занятиям и выполнения самостоятельной работы, студентам рекомендуются учебно-методические издания, а также методические материалы, выпущенные кафедрой своими силами и предоставляемые студентам во время занятий (прилагаются отдельным файлом):

- наглядные пособия (плакаты и карты - на кафедре)
- глоссарий - словарь терминов по тематике дисциплины
- тезисы лекций.

Самостоятельная работа с книгой. В наше время книга существует в двух формах: традиционной и электронной. В интернете существуют целые библиотеки, располагающие десятками тысяч электронных текстов. Сегодня в обществе преобладает мнение, что печатная книга и ее компьютерный текст

дополняют друг друга. Используя электронный вариант книги значительно быстрее подготовить на его базе реферат, контрольную работу, подогнать текст своей работы под требуемый учебным заданием объем.

Работа с книгой, студенты сталкиваются с рядом проблем. Одна из них – какая книга лучше. Целесообразно в первую очередь обратиться к литературе, рекомендованной преподавателем. Целесообразно прочитать аннотацию к книге на ее страницах, в которой указано, кому и для каких целей она может быть полезна.

Другая проблема – как эффективно усвоить материал книги. Качество усвоения учебного материала существенно зависят от манеры прочтения книги. Можно выделить пять основных приемов работы с литературой:

Чтение-просмотр используется для предварительного ознакомления с книгой, оценки ее ценности. Он предполагает ознакомление с аннотацией, предисловием, оглавлением, заключением книги, поиск по оглавлению наиболее важных мыслей и выводов автора произведения.

Выборочное чтение предполагает избирательное чтение отдельных разделов текста. Этот метод используется, как правило, после предварительного просмотра книги, при ее вторичном чтении.

Сканирование представляет быстрый просмотр книги с целью поиска фамилии, факта, оценки и др.

Углубленное чтение предполагает обращение внимания на детали содержания текста, его анализ и оценку. Скорость подобного вида чтения составляет ориентировочно до 7-10 страниц в час. Она может быть и выше, если читатель уже обладает определенным знанием по теме книги или статьи.

Углубленное чтение литературы предполагает:

- Стремление к пониманию прочитанного. Без понимания смысла, прочитанного информацию ее очень трудно запомнить.

- Обдумывание изложенной в книге информации. Тогда собственные мысли, возникшие в ходе знакомства с чужими работами, послужат основной для получения нового знания.

- Мысленное выделение ключевых слов, идей раздробление содержания текста на логические блоки, составление плана прочитанного. Если студент имеет дело с личной книгой, то ключевые слова и мысли можно подчеркнуть карандашом.

- Составление конспекта изученного материала. Если статья или раздел книги по объему небольшой, то целесообразно приступить к конспектированию, прочитав их полностью. В других случаях желательно прочитать 7-10 страниц.

7. Фонды оценочных средств

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Семестр (курс)	Дисциплины /элементы программы (практики, ГИА), участвующие в
----------------	---

	формировании компетенции
ОПК-3 - Способностью организовать процесс обслуживания потребителей	
3(2)	Организация туристской деятельности
5(3)	Маркетинг
6(3)	Технология продаж услуг туристической индустрии
6(3)	Транспортное обеспечение в туризме
6(3)	Образовательный туризм
6(3)	Организация работы турфирмы
ПК-9 - Готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов	
5(3)	Маркетинг
5(3)	Познавательный туризм
5(3)	Спортивный туризм
6(3)	Технология продаж услуг туристической индустрии
6(3)	Организация работы турфирмы
7(4)	Агротуризм
7(4)	Экологический туризм
8(4)	Конфликтология
	ГИА

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций

Показатели	Критерии оценивания			
	Шкала по традиционной пятибалльной системе			
	Допороговый («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)
ОПК-3 - Способностью организовать процесс обслуживания потребителей (или) туристов				
Знания	Фрагментарные знания по организации процесса обслуживания потребителей	Знает основные направления по организации процесса обслуживания потребителей для осознания социальной значимости своей деятельности.	Показывает твердые знания по организации процесса обслуживания потребителей для осознания социальной значимости своей деятельности.	Показывает отличные способности организовать процесс обслуживания потребителей.

Умения	Отсутствуют умения, предусмотренных данной компетенцией	Умеет использовать способности организовать процесс обслуживания потребителей	Умеет и хорошо использует способностью организовать процесс обслуживания потребителей	Показывает основательные умения в использовании способностью организовать процесс обслуживания потребителей
Навыки	Отсутствие или наличие фрагментарных навыков предусмотренных данной компетенцией	Владеет некоторыми способностями организации процесса обслуживания потребителей	Владеет способностями организации процесса обслуживания потребителей	Отлично владеет способностям и организации процессами обслуживания потребителей
ПК-9 Готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов				
Знания	Наличие незначительных, фрагментарных знаний готовности к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов	Знает основы готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов	Показывает твердые знания и готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов	Знает спектр знаний и готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов
Умения	Отсутствие умений, предусмотренных данной компетенцией	Умеет использовать некоторые решения к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов	Умеет и хорошо использует решения к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов	Умеет и отлично использует готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов
Навыки	Отсутствие или наличие фрагментарных	Владеет некоторыми решения к	хорошо использует готовность к	Владеет отлично способами к

	навыков предусмотренны х данной компетенцией	применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов	применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов	применению инновационн ых технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и туристов
--	---	---	---	---

7.3. Типовые контрольные задания

Тесты

1. В настоящее время информационные технологии рассматриваются как _____ (стратегический ресурс) развития деловой активности.

2. В связи с этим представляется _____ (актуальным) анализ влияния информационных технологий на организацию деятельности.

3. Рабочая _____: (гипотеза) использование информационно-компьютерных в туризме вызывает видоизменение и технологии продаж турпродукта.

4. Целью исследования являлось рассмотрение взаимовлияния информационных технологий и различных аспектов деятельности индустрии туризма. Для достижения этой цели решались следующие задачи:

1. _____

(Анализ деятельности турагентов информационной системы)

2. _____ (Выявление проблем и тенденций использования информационно-компьютерных технологий в российской туристической индустрии)

3. _____ (Анализ взаимовлияния туризма и информационно-компьютерных технологий)

5. Особенности розничной продажи продукции туризма в информационном плане является то, что _____ (турагенты) имеют доступ к соответствующей информации

6. В сфере обслуживания туристов наиболее активно информатизируются процессы _____ (оперативного заказа услуг)

7. В области информационной поддержки туристских посреднических структур можно отметить следующие тенденции:

а) _____

_____ (Необходимость распространения различных способов информирования населения о туристских продуктах и услуг);

б) _____

_____ (автоматизированное информационное обеспечение туристско-операторской деятельности переведено на современные компьютерно-сетевые технологии).

8. Применительно к российскому туризму применяются три возможных уровня применения информационных технологий:

Первый уровень _____

(это «кусочно-выборочная» автоматизация отдельных, наиболее трудоемких информационных работ)

Второй уровень- _____

(это комплексная автоматизация подавляющей части информационных работ)

Третий уровень- _____

(это «кардинальная» информатизация, когда с учетом новейших технико-информационных возможностей внедряется принципиально новый комплекс технологий туризма).

9. Компьютерные системы в российских турагентствах по функциональному признаку можно подразделить на 3 класса:

1. _____ (основные системы, реализующие выполнение заказов клиентов, в которых оператор действует за счет доступа к главным компьютерным системам резервирования)

2. _____ (вспомогательные системы, автоматизирующие служебные функции турагентств по формированию таких документов, как счета, ваучеры, билеты и путеводители, а также взаиморасчеты с главными компьютерными и транспортными системами)

3. _____ (системы управления, актуализирующие данные о деятельности компаний и представляющие руководителем информацию для принятия решений).

10. Основной тенденцией развития российского рынка информационных технологий в сфере путешествий является ориентация

_____ (на формирование программного продукта, обслуживающего какой-либо сегмент туристского рынка).

11. Основными характеристиками информационной системы туристского предприятия становятся:

1. Возможность резервирования множества компонентов;

2. Различия между приобретаемыми услугами и предлагаемыми продуктами;

3. Правила действительности и сочетания;

4. Цена, определяемая на базе гибких тарифов;

5. Сочетаемость и подбор источников информации;

6. Формирование многоканальной модели распределения;

7. Все

Контрольные вопросы для индивидуального задания:

- 1.Процесс принятия решения о покупке.
- 2.Основные факторы туристской мотивации.
- 3.Роль турагента и туроператора на туристском рынке.
- 4.Турагенты.
- 5.Туроператоры.
- 6.Специфика туристского продукта.
- 7.Туроператоры и турагенты на международном рынке.
- 8.Имидж туристской фирмы.
- 9.Особенности функционирования туристского рынка.
- 10.Современный туристский рынок и продвижение турпродукта.
- 11.Сегментация туристского рынка.
- 12.Позиционирование турпродукта.
- 13.Туристический продукт: основные понятия и определения.
- 14.Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж.
- 15.Структура туристского продукта.
- 16.Сущность и состояние туристской индустрии.
- 17.Тенденции развития туристской индустрии.
- 18.Сущность, состояние и тенденции развития туристской индустрии.
- 19.Какие тенденции развития турииндустрии на современном этапе оказывают существенные влияние на технологии продаж услуг турииндустрии?
20. Как конкретно отражается на технологиях продаж каждая из тенденций?
- 21.Каковы основные характеристики нового типа потребителя и какое влияние каждая из тенденций оказывает на технологии продаж?
- 22.Туристические мотивации и их влияние на технологии продаж.
- 23.Процесс принятия клиентом решения о покупке.
- 24.Типы покупателей турпродуктов.
- 25.Сущность маркетинговых коммуникаций туристской фирмы.
- 26.Разработка коммуникационной стратегии туристской фирмы.
- 27.Формирование имиджа туристского предприятия.
- 28.Стратегическое маркетинговое планирование деятельности туристской фирмы.
- 29.Текущее планирование маркетинговой деятельности.
- 30.Определение и выбор целевых сегментов рынка.
- 31.Правила продажи туристского продукта потребителю.
- 32.Каналы распределения туристского продукта.
- 33.Торговые взаимоотношения между участниками каналов распределения.
- 34.Электронная коммерция в туризме.
- 35.Выставочная деятельность туристской фирмы.

Вопросы к экзамену.

По дисциплине «Технология продаж услуг туриндустрии» учебным планом предусмотрен экзамен как форма итогового контроля знаний студентов.

В течение семестра реализуется рейтинговая система оценки качества учебной работы студентов согласно университетскому «Положению о модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов».

Экзамен проводится в письменной форме.

ФГБОУ ВО

«Дагестанский государственный аграрный университет им.

М.М.Джамбулатова»

Направление подготовки 43.03.02. Туризм

Кафедра «Организация предпринимательства в АПК»

УТВЕРЖДЕНО
на заседании кафедры
«17» апреля 2018 г. протокол № 8
Зав. кафедрой, проф. Раджабов А.Н.

Вопросы на экзамен по дисциплине «Технология продаж услуг туриндустрии»

1. Основные факторы туристской мотивации.
2. Турагенты.
3. Особенности функционирования туристского продукта.
4. Процесс принятия решения о покупке.
5. Роль турагента и туроператора на туристском рынке.
6. Современный туристский рынок и продвижение турпродукта.
7. Туроператоры.
8. Сегментация туристского рынка.
9. Структура туристского продукта.
10. Специфика туристского продукта.
11. Позиционирование турпродукта.
12. Сущность и состояние туристской индустрии.
13. Туроператоры и турагенты на международном рынке.
14. Туристский продукт: основные понятия и определения.
15. Тенденции развития туристской индустрии.
16. Имидж туристской фирмы.
17. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж.
18. Сущность, состояние и тенденции развития туристской индустрии.
19. Какие тенденции развития туриндустрии на современном этапе оказывают существенное влияние на технологии продаж услуг туриндустрии?
20. Как конкретно отражается на технологиях продаж каждая из тенденций?
23. Каковы основные характеристики нового типа потребителя и какое влияние каждая из тенденций оказывает на технологии продаж?
24. Современный туристский рынок и продвижение турпродукта.

- 25.Процесс принятия решения о покупке.
- 26.Тенденции развития туристской индустрии
- 27.Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж.
- 28.Современный туристский рынок и продвижение турпродукта.
- 29.Как конкретно отражается на технологиях продаж каждая из тенденций.
- 30.Каковы основные характеристики нового типа потребителя и какое влияние каждая из тенденций оказывает на технологии продаж?
- 31.Особенности функционирования туристского рынка.
- 32.Сущность, состояние и тенденции развития туристской индустрии.
- 33.Типы покупателей турпродуктов.
- 34.Сущность маркетинговых коммуникаций туристской фирмы.
- 35.Разработка коммуникационной стратегии туристской фирмы.
- 36.Формирование имиджа туристского предприятия.

7.4. Методика оценивания знаний, умений, навыков

Оценка знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине проводятся в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по ее корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающимися.

Критерии оценки знаний студентов при проведении тестирования

Оценка «отлично» выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем 85% тестовых заданий.

Оценка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем 70% тестовых заданий.

Оценка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа студента не менее чем 50% тестовых заданий.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа студента менее чем 50% тестовых заданий.

Критерии оценки знаний студента при написании индивидуального задания

Оценка «отлично» - выставляется студенту, показавшему всесторонние систематизированные, глубокие знания вопросов и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «хорошо» - выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, умеет применять полученные знания на практике. Но допускает в ответе или в решении задач некоторые неточности, которые может устранить с помощью дополнительных вопросов преподавателя.

Оценка «удовлетворительно» - выставляется студенту. Показавшему фрагментарный, разрозненный характер знаний, недостаточно правильные формулировки базовых понятий, нарушения логической последовательности в изложении программного материала. Но при этом он владеет основными понятиями выносимых на контрольную работу тем, необходимыми для дальнейшего обучения и может применять полученные знания по образцу в стандартной ситуации.

Оценка «неудовлетворительно» - выставляется студенту, который не знает большей части основного содержания выносимых на контрольную работу вопросов тем.

Критерии оценки ответов на экзамене

Основной формой проверки знаний студентов по дисциплине «Технология продаж услуг туристической индустрии» в 6 семестре является экзамен. Выставление оценок на экзамене осуществляется на основе принципов объективности, справедливости, всестороннего анализа уровня знаний студентов и предполагает соблюдение ряда условий, обеспечивающих эффективность оценочной процедуры, среди которых можно выделить:

- знание фактического учебно-программного материала по дисциплине, в том числе знание обязательной литературы и современных публикаций по программе курса;

- наличие логики в структуре ответа студента, готовность к дискуссии и аргументации своего ответа; уровень самостоятельного мышления студента с элементами творческого подхода к изложению материала;

- степень активности студента на семинарских и практических занятиях;

- наличие пропусков лекционных и практических занятий по неуважительным причинам.

Оценивание проводится по системе: «отлично/ хорошо/ удовлетворительно/неудовлетворительно».

- **Оценка «отлично»:** ответ высокого качества, уровень ответа отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

- **Оценка «хорошо»:** уровень ответа соответствует всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения задания выполнены, качество выполнения одного из них не оценено максимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

- **Оценка «удовлетворительно»:** уровень ответа соответствует большинству требований, теоретическое содержание курса освоено частично,

но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

- **Оценка «неудовлетворительно»:** теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий.

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

а) основная литература:

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы:

- 1.Погодина В. Л. География туризма [Текст]: учебник / под ред. Е. И. Богданова. - Москва: ИНФРА-М, 2014. - 256с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-16-004972-4.
- 2.География туризма [Текст]: учебник, реком. УМО учеб. завед. РФ по образ. в области сервиса и туризма / В. И. Кружалин, Н. С. Мироненко, Н. В. Зигерн-Корн и др. - Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 336с. - ISBN 978-5-4365-0129-1.
- 3.Основы туризма [Текст] учебник, рек. УМО учеб. завед. РФ по образованию в области сервиса и туризма / кол. авторов; под ред. Е. Л. Писаревского. - Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 384с. - ISBN 978-5-4365-0134-5.
- 4.Черевичко Т. В. Экономика туризма [Текст] : учебное пособие. - 2-е изд. - Москва: Издательско-торгов. корпор. "Дашков и К", 2012. - 264с. - ISBN 978-5-394-01491-8.

б) дополнительная литература

- 5.Игнатьева И.Ф. Организация туристской деятельности (Текст); учебное пособие. - СПб.: Питер, 2015.- 448с. (Серия «Учебное пособие»).- ISBN 978-5-496-01029-0
- 6.И.Е.Киселев Технология продаж услуг в туриндустрии.-М.: Дашков и К, 2013
7. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме (Текст): учебник, реком. УМО по образованию в области производственного менеджмента Минобрнауки РФ / под ред. Е.И.Богданова.- Москва: ИНФРА-М, 2014 -214с. (Высшее образование).- ISBN 978-5-16-004713-3
- 8.А.П.Дурович Организация туризма: учебное пособие / А.П.Дурович .- СПб.: Питер, 2011

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Базы данных, информационно-справочные системы

1. Министерство по туризму РФ. <https://www.russiatourism.ru/>
2. Elibrary. ru (РИНЦ)- научная электронная библиотека. – Москва, 2000. <http://elibrary.ru>
3. Бесплатная электронная библиотека - [Единое окно доступа к образовательным ресурсам](http://window.edu.ru/) - <http://window.edu.ru/>
4. Административно-территориальное устройство Российской Федерации Типы стран современного мира [Карты]: стационарное учебное наглядное пособие / авт.-сост. В. И. Сиротин; худ. С. И. Кравцова, А. В. Пряхин; - Москва: Дрофа, 2017.
5. Атлас «География России». Население и хозяйство. – М.: Астрель, 2016
6. Атлас «Экономическая и социальная география мира. – М.: Астрель, 2014
7. <https://rucont.ru/efd/506098>

	Наименование электронно-библиотечной системы (ЭБС)	Принадлежность	Адрес сайта	Наименование организации-владельца, реквизиты договора на использование
1	2	3	4	5
1	ЭБС ФГБОУ ВПО РГАЗУ (Российский государственный аграрный заочный университет) ЭБС «AgriLib»	сторонняя	http://ebs.rgaz.u.ru	Дополнительное соглашение от 01.12.2014 к договору № 521 от 07.06.2013г.
2	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань» (Журналы)	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Договор от 09/07/2013г. Без ограничения времени
3	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань» («Инженерные науки»)	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Госконтракт № 220/14 от 17/02/2014 с 15/04/14 до 15/04/2015
4	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань». «Технология пищевых производств», «Химия»	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Госконтракт № 333/14 от 07/04/2014 с 15/05/14 до 15/05/15
5	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань» («Ветеринария и сельское хозяйство	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Госконтракт № 934/14 от 08/12/2014 с 20/12/14 до 20/12/15
6	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань». «Технология пищевых производств», «Химия», «Инженерно-технические науки»	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Госконтракт № 40/2015 от 15/04/2015 с 15/05/15 до 15/05/16
7	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань» («Ветеринария и сельское хозяйство»)	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Госконтракт № 225/2015, от 15/12/2015 21/12/15 до 20/12/16
8	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань»	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Договор № 168/2016, от

	(«Ветеринария и сельское хозяйство»)			14/11/2016 21/12/1 до 20/12/16
9	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань» «Инженерные науки» «Технология пищевых производств», «Химия»	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Госконтракт № 118/16 от 14/04/2016 с 15/04/16 до 14/04/17 с 15/05/16 до 14/05/17
10	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань» («Ветеринария и сельское хозяйство»)	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Договор № 112/140/2017, от 25/10/2017 21.12.2017 по 20.12.2018гг
11	Polpred.com	сторонняя	http://polpred.com	ООО «Полпред справочники» Соглашение от 05.12.2017г. Без ограничения времени.
12	ЭБС «Юрайт»	сторонняя	http://www.biblio-online.ru/	ООО «Юрайт» Договор № 35 от 12.12.2017г. к разделу «Легендарные книги»
13	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань» («Лесное хозяйство и лесоинженерное дело»)	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Соглашение № 21 от 21.12.2017г 21.12.2017 по 20.12.2018гг
14	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань» («Инженерные науки» и «Информатика»)	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Договор № 238/17 от 31.03.2017г. с 15/04/17 до 15/04/2018
15	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань». «Технология пищевых производств», «Химия»	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Договор № 272/17 от 06/04/2017 с 15/05/17 до 14/05/18
16	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань» («Инженерные науки» и «Информатика»)	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Договор № 36 от 02.03.2018г. с 15/04/18 до 15/04/2019
17	Электронно-библиотечная система «Издательство Лань». «Технология пищевых производств», «Химия»	сторонняя	http://e.lanbook.com	ООО «Издательство Лань» Санкт-Петербург Договор № 46 от 20/04/2018 с 15/05/18 до 14/05/19

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины осуществляется с использованием классических форм учебных занятий: лекций, практических занятий, самостоятельной работы во внеаудиторной обстановке.

Рекомендации по подготовке к лекционным занятиям

Лекция является ведущей формой учебных занятий, предназначена для изложения преподавателем систематизированных основ научных знаний по дисциплине, аналитической информации о дискуссионных проблемах. На лекции, как правило, поднимаются наиболее сложные, узловые вопросы учебной дисциплины.

Максимальный эффект лекция дает тогда, когда студент заранее готовится к лекционному занятию: знакомится с проблемами лекции по учебнику или по программе дисциплины. Рекомендуется просматривать записи предыдущего учебного занятия, исходя из логического единства тем учебной дисциплины.

В ходе лекции студенту целесообразно:

Стремиться не к дословной записи излагаемого преподавателем учебного материала, а к осмыслению услышанного и записи своими словами основных фактов, мыслей лектора; вырабатывать навыки тезисного изложения и написания учебного материала, вести записи «своими словами», вместе с тем, не допуская искажения или подмены смысла научных выражений. Определения, на которые обращает внимание преподаватель либо словами, либо интонацией, следует записывать четко, дословно. Как правило, такие определения преподаватель повторяет несколько раз или дает под запись.

1. Оставлять в тетради для конспекта лекции широкие поля, либо вести записи на одной странице. Это нужно для того, чтобы в дальнейшем можно было бы вносить необходимые дополнения в содержание лекции из различных источников: монографий, учебных пособий, периодики и др.

2. Писать название темы, учебные вопросы лекции на новой странице тетради, чтобы легко можно было найти необходимый учебный материал.

3 Начинать каждую новую мысль, новый фрагмент лекции с красной строки; заголовки и подзаголовки, важнейшие положения, на которые обращает внимание преподаватель, а также определения выделять: буквами большего размера, чернилами другого цвета, либо подчеркивать.

4 Нумеровать встречающиеся в лекции перечисления цифрами: 1, 2, 3 . . ., или буквами: а, б, в. . . . Перечисления лучше записывать столбцом. Такая запись придает конспекту большую наглядность и способствует лучшему запоминанию учебного материала.

5 Выработать удобную и понятную для себя систему сокращений и условных обозначений. Это экономит время, позволяет записывать материал каждой лекции почти дословно, дает возможность сконцентрировать внимание на содержании излагаемого материала, а не на механическом процессе конспектирования.

По окончании лекции целесообразно дорабатывать ее конспект во время самостоятельной работы в тот же день, в крайнем случае, не позднее, чем спустя 2-3 дня после ее прослушивания. Это важно потому, что еще не забыт учебный материал лекции, студент находится под ее впечатлением, как правило, ясно помнит указания преподавателя, хорошо осознает, что ему непонятно из материала лекции.

Рекомендации по подготовке к практическим занятиям.

Студентам следует приносить с собой рекомендованную преподавателем литературу к конкретному занятию. Наиболее целесообразная стратегия самостоятельной подготовки студента к занятиям заключается в том, чтобы на первом этапе усвоить содержание всех вопросов занятия, обращая внимания на узловые проблемы, выделенные преподавателем в ходе лекции либо консультации к занятию. Для этого необходимо, как минимум, прочитать конспект лекции и учебник, либо учебное пособие. Следующий этап подготовки заключается в выборе вопроса для более глубокого изучения с использованием дополнительной литературы.

По этому вопросу студент станет главным специалистом на занятии. Ценность выступления студента на занятие возрастет, если в ходе работы над литературой он сопоставит разные точки зрения на ту или иную проблему.

После изучения и обобщения информации, которую содержат источники и литература, составляется развернутый или краткий план выступления. Окончательный вариант плана выступления в идеале желательно иметь не только на бумаге, но и в голове, излагая на занятии подготовленный вопрос в свободной форме, наизусть, что поможет лучшему закреплению учебного материала, станет хорошей тренировкой уверенности в своих силах. При необходимости не возбраняется «подглядывать» в план на листке бумаги, чтобы не ошибиться в цифрах, точнее передать содержание цитат, не забыть какой-то важный сюжет темы выступления.

В ходе работы на занятие от студента требуется постоянный самоконтроль. Его первым объектом должно быть время, отведенное преподавателем на выступление. Не следует злоупотреблять временем. Достоинством оратора является стремление к лаконичности, но не в ущерб аргументированности и содержательности выступления.

Слушая выступления на занятие, важно научиться уважать мнение собеседника, не перебивать его, давая возможность полностью высказать свою точку зрения.

Студентам, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющие письменного решения задач или не подготовившиеся к данному практическому занятию, рекомендуется не позже чем в 2-недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме, измучавшейся на занятии. Студенты, не отчитавшиеся по каждой не проработанной ими на занятиях теме к началу зачетной сессии, упускают возможность получить положенные баллы за работу в соответствующем семестре.

Рекомендации по подготовке к реферату

Реферат – это публичное сообщение, представляющее собой развернутое изложение на определенную тему. Он отличается от **выступлений** большим объемом времени – 20-25 минут (выступления, как правило, ограничены 10-12 минутами). Реферат также посвящен более широкому кругу вопросов, чем выступление.

Типичная ошибка выступающего в том, что они излагают содержание проблем доклада языком книги и журналов, который трудно воспринимается на слух. Устная и письменная речь строится по-разному. Наиболее удобная для слухового восприятия фраза содержит 5-9 смысловых единиц, произносимых на одном вздохе. Это соответствует объему оперативной памяти человека. В первые 5 секунд реферата слова, произнесенные студентом, удерживаются в памяти его аудитории как звучание. Целесообразно поэтому за 5 секунд сформировать завершенную фразу. Это обеспечивает ее осмысление слушателями до поступления нового объема информации.

Другая типичная ошибка состоит в том, что им не удастся выдержать время, отведенное на реферат. Чтобы избежать этой ошибки, необходимо, накануне прочитать реферат, выяснив, сколько времени потребуется на его чтение. Для удобства желательно прямо на страницах доклада провести расчет времени, отмечая, сколько ориентировочно уйдет на чтение 2, 4 страниц и т.д.

Завершение работы над рефератом предполагает выделение в его тексте главных мыслей, аргументов, фактов с помощью абзацев, подчеркиванием, использованием различных знаков, чтобы смысловые образы реферата приобрели и зрительную наглядность, облегчающую работу с текстом в ходе выступления.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену.

К экзамену допускаются студенты, аттестованные по всем темам практических занятий. Вопросы, выносимые на экзамен, приведены в рабочей программе курса.

Экзаменационный билет содержит три вопроса. Экзамен проходит в устной форме, но экзаменатор вправе избрать и письменную форму опроса.

Успешная сдача экзамена зависит не только от умственных способностей, памяти, психологической устойчивости, но, прежде всего, от стратегии. По существу, подготовка к экзамену начинается с первого дня лекции и семинарских занятий. Чем больше знаний, тем стройнее они уложились в систему, тем легче готовиться в последние дни.

Обязательным условием успешной подготовки и сдачи экзаменов является конспектирование и усвоение лекционного материала.

В течение семестра не следует игнорировать такие возможности пополнить запас своих знаний, как консультации, написание рефератов, работа в студенческом научном кружке. На экзамен выносят вопросы, которые отражены в программе курса. Поэтому в процессе освоения материала необходимо постоянно сверяться с программой курса, самостоятельно изучать вопросы, которые не выносятся на семинарские занятия, а в случае затруднений обращаться за консультациями на кафедру.

Непосредственно перед экзаменом на подготовку к нему отводится не менее трех дней. В этот период рекомендуется равномерно распределить вопросы программы курса и повторять учебный материал, используя учебник, конспект лекций, план-конспект выступлений на семинарских занятиях, а в необходимых случаях и научную литературу. Особое внимание следует уделить рекомендованным вопросам для повторений. Рекомендуется повторять материал в привычное рабочее время, не допуская переутомления, чередуя умственную работу с физическими упражнениями и психологической разгрузкой. Оставшиеся неясными вопросы следует прояснить для себя на предэкзаменационной консультации.

11. Информационные технологии и программное обеспечение

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

- технические средства: компьютерная техника и средства связи (персональные компьютеры, проектор);

-методы обучения с использованием информационных технологий (демонстрация мультимедийных материалов и т.д.);

-перечень Интернет-сервисов и электронных ресурсов (поисковые системы, электронная почта, профессиональные, тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии и справочники; электронные учебные и учебно-методические материалы).

**Программное обеспечение
(лицензионное и свободно распространяемое),
используемое в учебном процессе**

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработан учебный курс в электронной форме.

В учебном процессе для освоения дисциплины «Технология продаж услуг туриндустрии» используется Программы MicrosoftOffice, Excel, Word, AcrobatReader, Справочная правовая система Консультант Плюс.<http://www.consultant.ru/>

Услуги глобальной информационно-коммуникационной сети Интернет	ООО «СУММА-ТЕЛЕКОМ», Договор № 40390000050 от 19.10.2009 г. ЗАО «Национальный Телеком», Дополнительное соглашение к Договору № 40390000050 от 19.10.2009 г. № 68/2016 от 01.05.2016 г. – ежегодное пролонгирование.
Услуги глобальной информационно-коммуникационной сети Интернет	ООО «ОПТИКА-ТЕЛЕКОМ», Договор № 174/14 от 03.02.2014 г.- ежегодное пролонгирование.
OfficeStandard 2010	Microsoft OpenLicense: 61137897 от 2012-11-08 - бессрочная
Windows 8 Professional	Microsoft OpenLicense: 61137897 от 2012-11-08 - бессрочная
Windows 7 Professional	Microsoft Open License: 61137897 от 2012-11-08 - бессрочная
Windows 8	Microsoft Open License: 61137897 от 2012-11-08 - бессрочная
Apache OpenOffice. The Free and Open Productivity Suite. ApacheOpenOffice 4.1.3 released	Свободное программное обеспечение, бессрочное, с неограниченным количеством лицензий, правообладатель: SUN/Oracle.
LibreOffice is Free Software	Свободное программное обеспечение LibreOffice, бессрочное, с неограниченным количеством лицензий, правообладатель – «TheDocumentFoundation».
Условия предоставления услуг GoogleChrome.	Исходный код предоставляется бесплатно, бессрочно с неограниченным количеством лицензионных соглашений, правообладатель – «Google».
MozillaFirefox	– бесплатная программа на условиях Публичной лицензии, бессрочной для неограниченного количества пользователей, разработчики – участники проекта

	mozilla.org.
7-Zip. License for use and distribution [7-Zip. Лицензия на использование и распространение].	Свободное программное обеспечение, бессрочное, с неограниченным количеством лицензий, правообладатель – IgorPavlov.
AdobeAcrobatReader программа для работы с документами в формате *.pdf,	Бесплатная программа на условиях Публичной лицензии, бессрочной для неограниченного количества пользователей. Правообладатель - AdobeSystemsIncorporated https://www.adobe.com/ru
Turbo Pascal School Pak	В свободном доступе : http://sunschool.mmcs.sfedu.ru/courses/
PascalABC.NET	В свободном доступе : http://mmcs.sfedu.ru/
Электронный лабораторный практикум (+ CD) по дисциплине «Информационная безопасность».	Бабаш, А.В. Информационная безопасность: лабораторный практикум: электронный учебник/ А. В. Бабаш, Е. К. Баранова, Ю. Н. Мельников.-2-е изд., стер.-электрон. данные- М.:КНОРУС, 2013.-1электрон. опт. диск; зв., цв.- (CD-ROM)
Kaspersky Anti-Virus for Windows Workstationsи другие антивирусные программы	По наличному расчету в специализированных организациях – срок 1 год – обновление по необходимости
Ресурс МСХ РФ - Система дистанционного мониторинга земель сельхозназначения АПК (СДМЗ АПК)	http://sdmz.gvc.ru – рекомендация Департамента научно-технологической политики МСХ РФ
Ресурс МСХ РФ - Федеральная Геоинформационная система «Атлас земель сельхозназначения» (ФГИС АЗСН)	http://atlas.msx.ru – рекомендация Департамента научно-технологической политики МСХ РФ
Портал информационной и методической поддержки инклюзивного среднего профессионального образования	http://www.wil.ru - рекомендация Министерства образования и науки РФ
Портал учебно-методического центра высшего профессионального образования студентов с инвалидностью и ОВЗ	http://umcvpo.ru - рекомендация Министерства образования и науки РФ

12. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В процессе проведения лекционных и практических занятий применяются технические средства обучения, а именно: мультимедийное оборудование, включающее в себя компьютер (ноутбук) и мультимедиа

проектор, проецирующий изображение (слайды) на экран. Кроме технических средств, используется и прикладное программное обеспечение (Windows 7 Professional Microsoft Open License: 61137897 от 2012-11-08 – бессрочная. Apache OpenOffice 4.1.3 released Свободное программное обеспечение, бессрочное, с неограниченным количеством лицензий, правообладатель: SUN/Oracle. Бесплатная программа на условиях Публичной Mozilla Firefox лицензии, бессрочной для неограниченного количества пользователей. Правообладатель - Adobe Systems Incorporated <https://www.adobe.com//ru>. Adobe Acrobat Reader. Бесплатная программа на условиях Публичной лицензии, бессрочной для неограниченного количества пользователей, разработчики – участники проекта mozilla.org.), позволяющее демонстрировать лекционные материалы (слайды) и задания к практикумам.

Аудитории для проведения занятий оборудованы доской и инструментом (мел) для нанесения рисунков, схем и текста на доску. Студентам рекомендуется на практических занятиях приносить с собой мобильные (съёмные) носители данных (USB-флэш-карты, внешние HDD, CD-или DVD-диски) для копирования практических заданий, тестов, материалов лекций и дополнительных (электронных) источников информации по изучаемой дисциплине.

Стандартно-оборудованная лекционные аудитории, для проведения лекций - 442 и 446 учебная аудитория.

Для проведения практических 444 и 448 аудитории. Плакаты и стенды.

Географические карты

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

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдо-переводчиков и тифло-сурдо-переводчиков.

а) для слабовидящих:

- на экзамене присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения зачете/экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на экзамене зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

б) для глухих и слабослышащих:

- на экзамене присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- зачет/экзамен проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента экзамен может проводиться в письменной форме;

в) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента экзамен проводится в устной форме.

Дополнения и изменения в рабочую программу дисциплины

Внесенные изменения на 20__/20__ учебный год

УТВЕРЖДАЮ

проректор по учебной работе

_____ С. А. Курбанов

«__» _____ 20__ г.

В программу дисциплины
«Технология продаж услуг туриндустрии»
по направлению подготовки бакалавров 43.03.023 Туризм
направленность «Технология и организация экскурсионных услуг»

вносятся следующие изменения:

.....;
.....;
.....;

Программа пересмотрена на заседании кафедры

Протокол № ____ от _____ Г.
Заведующий кафедрой

Раджабов А.Н. / _____ / _____ /
(фамилия, имя, отчество) (ученое звание) (подпись)

Одобрено

Председатель методической комиссии факультета

Азракулиев З.М. / _____ / _____ /
(фамилия, имя, отчество) (ученое звание) (подпись)

« ____ » _____ 20 ____ г.

Лист регистрации изменений в РПД

п/п	Номера разделов, где произведены изменения	Документ, в котором отражены изменения	Подпись	Расшифровка подписи	Дата введения изменений
1.					
2.					
...					

ПРИМЕРНАЯ СТРУКТУРА РЕФЕРАТА

Составная часть реферата независимо от темы:

- Титульный лист
- Введение
- Содержание
- Основная часть
- Заключение.

Кроме того, важно понимать в каком порядке следует написание реферата:

- Сбор необходимого материала
- Тщательная работа с источниками
- План реферата
- Выводы и заключения по теме.

Оформление должно быть следующим:

- 1.Текст должны быть набран шрифтом TimesNewRoman с размером 12-14. Межстрочный интервал составляет 1,5
- 2.Страница должна иметь следующие размеры полей: снизу и сверху по 2 см, справа — 1 см, слева — 3 см
- 3.Максимальный объем работы составляет 20 страниц формата А4
- 4.Каждая страница должна иметь свой номер, начиная с содержания. Нумерацию необходимо вести с арабской цифры 2, так как титульный лист считается, но не учитывается
- 5.Работа может иметь подразделы, которые нумеруются следующим образом: «1.2», где: 1 — номер главы, 2 — номер подглавы
- 6.Каждый абзац должен иметь отступ («красную строку») — 1 см
- 7.Между абзацами нельзя делать дополнительные интервалы.

Структура реферата: содержание. После того, как был собран материал и изучены источники, можно переходить к разработке плана проведения исследования. План можно составлять уже в момент написания реферата. Он представляет собой небольшое изложение того, что рассмотрено в работе по главам, то есть по сути является содержанием и структурой реферата. Содержание включает в себя список глав и параграфов с указанием номеров страниц по каждой из них. Само содержание должно иметь название «Оглавление». Его важность заключается в простоте доступа к нужному разделу работы, а также демонстрации структуры реферата.

Вводная часть реферата. Введение является «затравкой» для читателя, и главная задача для студентов кроется в способности заинтересовать рецензента. На вводную часть следует заложить не более 2 страниц формата А4. Она должна включать в себя:

- Цель работы
- Рассмотрите объект и предмет исследования
- Актуальность рассмотренной тематики

- Емкий анализ использованных источников и литературы
- Постановку задач и методов создания исследовательской работы

Основная часть реферата

Основная часть работы заключается в подробном рассмотрении темы реферата, а также указании результатов исследования. Студент или школьник может сделать несколько глав или разделов, а также создать подразделы.

Каждая глава реферата должна заканчиваться выводом, основанным на анализе результата исследования. Размер основной части не должен превышать 16 страниц формата А4.

Заключительная часть в реферате

На заключение студенту отводится не более 2 страниц формата А4. Сюда необходимо включить выводы и подвести окончательную черту всего исследования.

Завершить реферат можно списком использованной литературы. Желательно использовать не менее 8 источников. Литература перечисляется в алфавитном порядке в зависимости от фамилии автор учебного пособия или книги. Нормативно-правовые акты указываются перед списком литературы, а ссылки на интернет-источники в самом конце.

Оформление титульного листа реферата.

Образец титульного листа реферата:

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный аграрный университет
им. М.М. Джамбулатова»
Экономический факультет
Кафедра «Организация предпринимательства в АПК»

РЕФЕРАТ

по дисциплине «Технология продаж услуг туриндустрии»
по направлению подготовки 43.03.02 -Туризм
студента 3 курса очного отделения

на тему: «Туристская индустрия.»

Работу выполнил
Студент 3 курса, 434 группы
Магомедов М.О.
Работу проверил:
Мустафаева Х.Д., к.э.н., доцент

Махачкала 2018

