

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Новороссийский филиал
Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

Е. Н. Сейфиева

«29» января 2026 г.

Введение в специальность

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

43.03.02 «Туризм»

ОП «Туристический и гостиничный бизнес»

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала

Финуниверситета

протокол № 32 от 29.01.2026 г.

Новороссийск 2026

Рабочая программа дисциплины «Введение в специальность» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» Профиль «Туристический и гостиничный бизнес». Форма обучения заочная. – Новороссийск: Финансовый университет, кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки», 2026. - 23 с.

Рабочая программа учебной дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, программу, тематику практических и семинарских занятий и указания по их проведению, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

1. Наименование дисциплины

Введение в специальность.

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
УК-8	Способность и готовность к самоорганизации, продолжению образования, к самообразованию на основе принципов образования в течение всей жизни	1. Управляет своим временем, проявляет готовность к самоорганизации, планирует и реализует намеченные цели деятельности. 2. Демонстрирует интерес к учебе и готовность к продолжению образования и самообразованию, использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков. 3. Применяет знания о своих личностно-психологических ресурсах, о принципах образования в течение всей жизни для саморазвития, успешного выполнения профессиональной деятельности и карьерного роста.	Знать: принципы образования Уметь: использовать полученные знания для самообразования и самоорганизации. Знать: основные инструменты самообразования и самоорганизации Уметь: использовать предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков. Знать: отличительные черты своих личностно-психологических ресурсов. Уметь: применять основные знания для саморазвития, успешного выполнения профессиональной деятельности.
УК-12	Способность использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	1. Находит пути взаимодействия в социальной и профессиональной сферах с лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами.	Знать: основные принципы и законодательство, регулирующие обслуживание людей с ОВЗ в туристическом и гостиничном бизнесе Уметь: применять основные знания по обслуживанию клиентов с ОВЗ на практике.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Введение в специальность» относится к дисциплинам общепрофессионального цикла для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 – Туризм, образовательная программа «Туристический и гостиничный бизнес».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 3 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	1 з.е./36	36
Контактная работа - Аудиторные занятия	16	16
<i>Лекции</i>	8	8
<i>Семинары, практические занятия</i>	8	8
Самостоятельная работа	20	20
Вид текущего контроля	-	-
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Особенности функционирования туристской индустрии

История возникновения международного и национального туризма. Сущность и содержание туризма как вида экономической деятельности. Современное состояние и перспективы развития международного и национального туризма. Структура индустрии международного и национального туризма. Экономические показатели индустрии туризма. Актуальные тенденции развития туризма. Факторы, определяющие спрос на туристские, экскурсионные и другие услуги и влияющие на туристскую деятельность (демографические,

социальные, экономические и правовые изменения; развитие торговли, транспортной инфраструктуры, информационных технологий, безопасности).

Тема 2. Организационно-экономические и маркетинговые основы предпринимательства в сфере туризма

Условия осуществления предпринимательской деятельности в сфере туризма: предпринимательская среда, экономические условия, социальные условия, правовые условия. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности туризма. Турфирма как организатор туристских путешествий и пребывания туристов в дестинациях. Особенности развития и совершенствования предприятий в сфере туризма. Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии туризма и гостеприимства. Анализ внутренней среды: преимуществ и недостатков. SWOT– анализ. Формулирование целей предприятия. Информационное обеспечение маркетинга в туризме и гостеприимстве. Характеристика процесса маркетинговых исследований в сфере туризма и гостеприимства. Определение степени влияния факторов внутренней и внешней среды маркетинга в туризме и гостеприимстве.

Тема 3. Характерные черты и тренды развития цифрового бизнеса в туризме и гостеприимстве.

Проблемы и перспективы цифрового бизнеса. Тенденции развития цифрового бизнеса в туристской индустрии. Перспективные профили в сфере современных туристских цифровых технологий. Продвижение в цифровой среде как форма адаптации туристских компаний к быстро меняющейся рыночной конъюнктуре. Social Media Marketing как современная технология цифрового бизнеса в социальных сетях. Таргетинг и лидогенерация — достоинства и недостатки. Инфлюэнсеры в туризме и гостеприимстве. Новые аспекты продвижения и реализации туристских продуктов в цифровой среде. Использование искусственного интеллекта современными компаниями.

Тема 4. Основные подходы к продвижению туристских территорий

Восприятие туристской территории. Структура формирования восприятия территории во вне и внутри территории: ассоциации, стереотипы, мемы. Значение

культурных и исторических достопримечательностей. Инструменты и этапы разработки, и механизмы внедрения бренда в городскую среду и коммуникации. Продвижение бренда. Инструменты формирования позитивного восприятия и имиджа территорий. Особенности создания облака ассоциаций для регионов России или зарубежных стран. Брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места. Исторические формы продвижения территорий. Возникновение названий-брендов. Структурированный подход к брендингу территорий.

5.2. Учебно–тематический план

Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
	Всего	Контактная работа – аудиторная работа			Самосто ятельная работа	
		Общая, т.ч.:	в Лекции	Семинары, практическ ие занятия		
Тема 1 Особенности функционирования туристской индустрии	9	4	2	2	5	Опрос Участие в дискуссии Выступления с докладом
Тема 2 Организационно- экономические и маркетинговые основы предпринимательства в сфере туризма	9	4	2	2	5	Опрос Тестирование Решение кейсов и ситуационных задач
Тема 3 Характерные черты и тренды развития цифрового бизнеса в туризме и гостеприимстве.	9	4	2	2	5	Опрос Тестирование Решение кейсов и ситуационных задач
Тема 4 Основные подходы к продвижению туристских территорий	9	4	2	2	5	Дискуссии, круглые столы, Защита выполненных заданий, доклад
В целом по дисциплине	36	16	8	8	20	-

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Особенности функционирования туристской индустрии	1. Охарактеризуйте исторические этапы становления международного и национального туризма. 2. В чем особенность туризма как вида экономической деятельности? 3. Оцените современное состояние и перспективы развития международного и национального туризма с учетом состояния рынка. Рекомендуемые источники: Раздел 8, 9: №№ 5,6,7,9,12,13,14,15,16,17,21	Опрос Участие в дискуссии Тестирование
Тема 2. Организационно-экономические и маркетинговые основы предпринимательства в сфере туризма	1. Определите содержание предпринимательской деятельности субъектов и объектов туристского рынка. 2. Раскройте специфику деятельности турфирмы в организации путешествий и пребывания туристов в регионах. 3. Какие инструменты анализа внешней и внутренней среды Вы знаете? Как их использовать в индустрии туризма и гостеприимства? 4. Проведите анализ внутренней среды компании турагента, определите потенциальные преимущества и недостатки. Рекомендуемые источники: Раздел 8, 9: №№ 5,6,7,9,12,13,14,15,16,17,21	Опрос Участие в дискуссии Выступления с докладом
Тема 3. Характерные черты и тренды развития цифрового бизнеса в туризме и гостеприимстве.	1. Раскройте современные проблемы использования цифрового бизнеса в сфере туризма и гостеприимства. 2. Каковы перспективы дальнейшего развития цифрового бизнеса в РФ? 3. Какие технологические инновации в туристском бизнесе направлены на сохранение экологии? 4. Какие методы продвижения продукта туристских компаний в цифровой среде Вы знаете? Рекомендуемые источники: Раздел 8, 9: №№ 5,6,7,9,12,13,14,15,16,17,21	Опрос Тестирование Решение кейсов и ситуационных задач
Тема 4. Основные подходы к продвижению туристских территорий	1. В чем специфика создания положительного имиджа для привлекательного восприятия туристской территории? 2. Какова структура формирования восприятия территории во вне и внутри территории? 3. Определите роль культурных и исторических достопримечательностей в развитии туризма территории. Приведите примеры Рекомендуемые источники: Раздел 8, 9: №№ 5,6,7,9,12,13,14,15,16,17,21	Опрос Круглый стол Защита выполненных заданий Участие в дискуссии

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Особенности функционирования туристской индустрии	1. Сформулируйте актуальные тенденции развития туризма. 2. Какие факторы оказывают влияние на спрос в туризме и в экскурсионной деятельности?	- работа с электронной библиотечной системой; -изучение законодательства РФ по теме; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к участию в дискуссии
Тема 2. Организационно-экономические и маркетинговые основы предпринимательства в сфере туризма	1. Какие организационно-правовые формы предпринимательства характерны для туризма? 2. Раскройте роль маркетинга в информационном обеспечении участников туристского рынка. 3. В чем состоит современная специфика проведения маркетинговых исследований в сфере туризма и гостеприимства?	- работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к участию в дискуссии; -подготовка к тестированию.
Тема 3. Характерные черты и тренды развития цифрового бизнеса в туризме и гостеприимстве.	1. Раскройте содержание Social Media Marketing как современной технологии цифрового бизнеса в туристской деятельности. 2. Что такое таргетинг и лидогенерация? Каковы достоинства и недостатки этих технологий для сферы туризма?	- работа с электронной библиотечной системой; - изучение аналитических статей по теме
Тема 4. Основные подходы к продвижению туристских территорий	1. Обоснуйте особенности брендинга территорий как инструмента повышения конкурентоспособности места. 2. Кто разработал структурированный подход к брендингу туристских территорий? В чем его специфика?	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы;

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Текущий контроль успеваемости осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения ими самостоятельных работ. Основными *формами* текущего контроля знаний являются:

1. дискуссионные формы: дискуссия, круглый стол – проводятся по результатам самостоятельной подготовки;

2. защита выполненного задания – проводится защита микрогруппой подготовленного самостоятельно экспертного заключения либо задания, выполненных непосредственно на семинаре;

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Департамента.

Примерные темы докладов:

1. Я выпускник 2030 года, и мои компетенции позволят мне ...
2. Компания, в которой я хочу работать после окончания Финуниверситета
3. Каковы особенности развития современного рынка туризма
4. Что необходимо, чтобы стать руководителем туристской компании
5. Спрос и предложение на рынке туризма и гостеприимства в условиях санкций
6. Роль внутреннего туризма в экономике регионов России
7. Крупнейшие российские туроператоры – проблемы и перспективы развития
8. Особенности цифрового бизнеса в туризме и гостеприимстве
9. Деятельность туристского информационного центра по продвижению территорий
10. Роль менеджера в управлении туристской компанией
11. Маркетинговые службы крупных туристских компаний
12. Особенности функционирования компании туристской индустрии

Примеры ситуационных заданий (кейсов)

Кейс № 1

На сегодняшний день туристская индустрия Карелии активно развивается. Среди иностранцев Карелия является наиболее популярным туристским регионом России. В первую очередь это связано с выгодным географическим положением, уникальные природные и культурные достопримечательности. Кроме того, Карелия привлекает иностранных граждан своим разнообразием видов туризма. Также, Карелия уже многие годы может смело называть центральным участником мировых выставок. Именно благодаря известному горному парку Рускеала, Валааму, Кижам и многим другим известнейшим достопримечательностям Карелию знают зарубежные туристы. Как и во многих других территориях, имидж местности формировался довольно долго. В 2000-х годах Карелия стала участницей выставок международного уровня, например WTM London, MITT, ОТДЫХ. Через эти выставки Карелия добилась главной цели – она смогла зарекомендовать себя как интересный туристский регион, привлекательный для туристов разных возрастов, образов жизни и многого другого. Если мы рассмотрим формирования имиджа Карелии в глазах российских граждан, то заметим, что частично оказала влияние выставка «Сортавала-ТОП» с 2010 года. Главной задачей данных выставок было стимулирование и развитие внутреннего туризма среди граждан РФ. Популярным и информативным сайтом является «Информационно туристский центр Республики Карелия». Здесь можно найти полезную информацию о Карелии, купить туры, забронировать жилье, а также узнать о самых интересных туристических местах территории. Также, существует еще сайт, где указывается актуальная информация о путешествиях по Карелии – это «Петрозаводский информационно-туристский центр», который наряду с первым сайтом выполнен в современном стиле и имеет удобную навигацию. Оба сайта переводятся на английский язык, что говорит о спросе на путешествия по Карелии у иностранных граждан. Вместе с тем, следует отметить недостаточное финансирование продвижения дестинации для туризма; отсутствие инфраструктуры туризма; отсутствие высококвалифицированных работников в сфере территориального маркетинга.

Вопросы:

1. Разработайте мероприятия по формированию и продвижению Карелии через активные виды туризма

2. Дайте рекомендации по формированию положительного имиджа территории Карелии

Кейс № 2

Не для кого ни секрет, что территория Дальнего Востока, в частности Камчатка, Курильские острова, Приморский край, богата различными видами природных рекреационных ресурсов, что непосредственно положительно влияет на туристическую привлекательность данного региона. Можно сделать вывод, что Дальний Восток богат разными удивительными местами, где будет интересно побывать туристам со всего мира. Наиболее востребованными направлениями для отдыха на Дальнем Востоке являются Приморский край (76%), Хабаровский край (11%) и Сахалинская область (5%). За 2018 год их посетили более 4,8 млн россиян и иностранцев. В современных условиях количество иностранных туристов чуть снизилось, а российских – наоборот, возросло. На территории Дальнего Востока периодически происходят различные мероприятия, которые можно назвать Мега-событиями. Примером может послужить проект во Владивостоке в рамках Дальневосточного Медиа Саммита: фестиваль «Литература тихоокеанской России». Данный фестиваль проходил совсем недавно, в сентябре 2021 года и собрал различных деятелей искусства: писателей, искусствоведов, переводчиков, историков, специалистов в области этнографии, со всей страны в одном месте. Одним из самых значительных Мега-событий за последние несколько лет на Дальнем Востоке признано считать строительство космодрома «Восточный». В 2021 году на Дальнем Востоке, а именно в городе Благовещенске завершили строительство еще одного важного для международного сотрудничества стран объекта. Это автомобильный мост, который соединяет государственные границы Китайской Народной Республики (г. Хэйхэ) и России (г. Благовещенск, Амурская область).

Вопросы:

1. Международный мост связывает государственные границы двух соседних стран. Как это повлияет на развитие туризма на Дальнем Востоке и повышение уровня привлекательности дестинации.

2. Каждый регион Дальнего Востока имеет свои культурные, исторические и природные особенности, в связи с чем потоки туристов неоднородны. Каких гостей (откуда) привлекают к себе Амурская область, Хабаровский край, Приморье, Сахалинская область и Камчатский край.

Примеры тестовых заданий, выносимых на зачет

1. К числу туристских ресурсов относятся...

- а) только природно-климатические ресурсы
- б) природно-климатические, рекреационные, познавательные, социально-бытовые ресурсы, объекты культурного наследия, особо охраняемые природные территории, лечебно-оздоровительные местности, курорты
- в) только социально-бытовые ресурсы и объекты культурного наследия
- г) природно-климатические, рекреационные, познавательные, социально-бытовые ресурсы, объекты культурного наследия

2. Туристом не является человек, который во время осуществления тура...

- а) учится
- б) лечится
- в) работает
- г) отдыхает
- д) выполняет работу, оплачиваемую из бюджета посещаемой страны

3. Не имеет отношения к успешности туристских событий принцип....

- а) единство и ограниченность времени и пространства
- б) принцип шести шляп
- в) ритуальность действия

- г) принцип аттракциона
- д) принцип взаимодействия

4 Основоположителем массового туризма считается...

- а) Томас Кук
- б) Фёдор Конюхов
- в) Пифей
- г) Генри Форд
- д) Михаил Ломоносов

5. К информативным, нацеленным на передачу информации в развлекательной форме туристским мероприятиям относятся...

- а) конференции
- б) выставки
- в) конгрессы
- г) премьеры кинофильма, представление новинки, корпоративные праздники, день рождения компании
- д) соревнования, концерты, фестивали

6: Самодеятельный туризмом называют путешествия...

- а) организованные по экстремальным маршрутам
- б) организованные по историко-культурным достопримечательностям
- в) организованные по рекреационным территориям
- г) субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды
- д) туры, самостоятельно организуемые туристами с использованием активных

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых

результатов обучения по дисциплине содержится в разделе «2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Наименование компетенции	Типовые контрольные задания
УК-8 УК-12	Развернутый ответ на вопрос: «Почему я хочу учиться на том или ином профиле образовательной программы «Туристский и гостиничный бизнес»?»
	Аргументированное обоснование выбора одной из тем для написания доклада. Примерный перечень тем приведен в п. 6.2; также могут быть выбраны иные темы по согласованию с ведущими преподавателями
	Собеседование по вопросам, выносимым на самостоятельное освоение по темам 2-4 Перечень вопросов приведен в п. 6.1
	Написание доклада (демонстрация умений работы с информационными ресурсами, формулирования собственной точки зрения, грамотного оформления академических работ) Примерный перечень тем приведен в п. 6.2; также могут быть выбраны иные темы по согласованию с ведущими преподавателями
	Выполнение тестовых заданий, направленных на проверку знания основ будущих профессий (в рамках профилей ОП «Туристский и гостиничный бизнес») Примеры тестовых заданий приведены в п. 7
	Собеседование по теме доклада Примерный перечень тем приведен в п. 6.2; также могут быть выбраны иные темы по согласованию с ведущими преподавателями

Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. История возникновения международного и национального туризма.
2. Современное состояние и перспективы развития международного и национального туризма.
3. Факторы, определяющие спрос на туристские, экскурсионные и другие услуги и влияющие на туристскую деятельность.
4. Турфирма как организатор туристских путешествий и пребывания туристов в дестинациях.

5. Инструменты анализа внешней и внутренней среды и их использование в индустрии туризма и гостеприимства.
6. Анализ внутренней среды: преимуществ и недостатков. SWOT– анализ.
7. Определение степени влияния факторов внутренней и внешней среды маркетинга в туризме и гостеприимстве.
8. Проблемы и перспективы цифрового бизнеса.
9. Тенденции развития цифрового бизнеса в туристической индустрии.
10. Применение цифровых технологий в процессе формирования и управления брендом дестинации.
11. Перспективные профили в сфере современных туристских цифровых технологий.
12. Social Media Marketing как современная технология цифрового бизнеса в социальных сетях.
13. Таргетинг и лидогенерация — достоинства и недостатки.
14. Использование искусственного интеллекта современными компаниями.
15. Основные подходы к продвижению туристских территорий.
16. Структура формирования восприятия территории во вне и внутри территории: ассоциации, стереотипы, мемы.
17. Значение культурных и исторических достопримечательностей.
18. Инструменты формирования позитивного восприятия и имиджа территорий.
19. Брендинг территорий как инструмент экономического развития и конкурентоспособности места.
20. Исторические формы продвижения территорий.

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

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации
2. Федеральный закон от 29.07.1998 № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» (в ред. посл. изм.)
3. Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года (утв. Указом Президента РФ от 13.05.2017 № 208)
4. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ.
4. Гражданский кодекс РФ.
5. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ.
6. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 № 2300-1. (в ред. Федерального Закона от 09.01. 1996 г., №2-ФЗ).
7. Федеральный закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ.
8. Правила предоставления гостиничных услуг в РФ

9. Об утверждении перечня исторических поселений: Приказ Минкультуры РФ №418, Минрегиона РФ №339 от 29.07.2010 [Электронный ресурс] – Гарант: информационно-правовой портал.

10. Международная хартия по охране исторических городов (Вашингтонская хартия 1987г.): принято на VIII Генеральной Ассамблее ИКОМОСа. – Вашингтон. 1987, 1 октября.

11. Развитие культуры и туризма: Государственная программа Российской Федерации на 2013 – 2020 годы: Утверждена Постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 №317.

Основная литература

12.Каурова О. В. Финансово-экономический анализ предприятия туристской индустрии: учебное пособие для студ. вузов, обуч. по напр. подгот. "Туризм" / О. В. Каурова, А. Н. Малолетко, Е. Н. Подсевалова. - Москва: Кнорус, 2022. - 215 с. - Текст : непосредственный. - То же. - 2017. - ЭБС BOOK.ru. — URL: <https://book.ru/book/919914> (дата обращения: 04.01.2025). — Текст : электронный.

13.Космин В. В. Основы научных исследований (Общий курс): учебное пособие / В. В. Космин. - Москва: РИОР, 2024. - 214 с. – Текст : непосредственный.

Дополнительная литература

14.Инновационное развитие России: проблемы и решения = Innovative development of Russia: challenges and solutions: монография / Финуниверситет ; под ред. М. А. Эскиндарова, С. Н. Сильвестрова. - Москва.: Анкил, 2013. - 1216 с. - Текст : непосредственный. Инновационное развитие России: проблемы и решения = Innovative development of Russia: challenges and solutions: монография / Н. М. Абдикеев, Г. В. Бобылев, Д. Ю. Богачев [и др.] Финуниверситет ; под ред. М. А. Эскиндарова, С. Н. Сильвестрова. - Москва: Финуниверситет, 2014. - 1378 с. — ЭБ Финуниверситета. - URL: <http://elib.fa.ru/fbook/gosteva.pdf>. (дата обращения: 04.01.2025). - Текст : электронный.

15.Морозов, М. А. Экономика организации туризма: учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. - Москва: Юрайт, 2018. - 300 с. - Текст : непосредственный. - То же. - 2021. - ЭБС Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/473233> (дата обращения: 04.01.2025). - Текст : электронный.

Кусков А. С. Основы туризма: учебник / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва: Кнорус, 2013. - 400 с. - Бакалавриат. - Текст: непосредственный. - То же. - 2019. - ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/930568> (дата обращения: 04.01.2025). — Текст : электронный.

16.Шимова О. С. Основы устойчивого туризма : учебное пособие / О. С. Шимова. — Москва: Новое знание : Инфра-М, 2012. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Текст : непосредственный. - То же. - 2016. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/558464> (дата обращения: 04.01.2025). - Текст : электронный.

17.Маркетинг территорий: учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой; Финуниверситет. - Москва: Юрайт, 2015, 2016. - 264 с. - Текст : непосредственный. Маркетинг территорий : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 262 с. — ЭБС Юрайт. -

URL: <https://urait.ru/bcode/469045> (дата обращения: 04.01.2025). - Текст : электронный.

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

18.<http://www.fa.ru> – официальный сайт Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

19.<http://www.library.fa.ru> – Библиотечно-информационный комплекс Финуниверситета

20.<http://www.consultant.ru> – СПС Консультант Плюс

21.<http://www.frio.ru/> - Сайт Федерации рестораторов и отельеров России

22.<http://www.hotelline.ru> - Портал о развитии гостиничного бизнеса в России

23.<http://www.frontdesk.ru> - Портал о развитии гостиничного бизнеса в России

24.<http://hotelexecutive.ru> - Портал о развитии гостиничного бизнеса в России

25. Электронные ресурсы БИК:

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Финансовая справочная система «Финансовый директор» <http://www.1fd.ru/>
- Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>
- Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
- Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
- Информационно-аналитическая база данных EMIS Global <https://www.emis.com/php/companies/overview/index>
- Oxford Scholarship Online <https://oxford.universitypressscholarship.com/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
- Scopus <https://www.scopus.com>
- Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>
- База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>
- Annual Reviews
- Cambridge University Press
- The Institute of Physics (IOP) Publishing
- Nature
- Oxford University Press
- Royal Society of Chemistry
- SAGE Publications
- Science
- Taylor & Francis Group

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Студентам при подготовке следует использовать нормативные документы Финансового университета, а именно, Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные приказом Финуниверситета от 11.05.2021 г. № 1040 (см. сайт Финансового Университета: на главной странице раздел «Наш университет»; далее «Единая правовая база Финуниверситета»), использовать методические рекомендации Департамента туризма и гостиничного бизнеса.

Студентам следует:

- руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД;
- выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы.

Большое значение при организации и выполнении самостоятельной работы студентом имеет уровень освоения ранее изучаемых дисциплин, а также владение навыками работы с аналитическим материалом, использования возможностей современных информационных ресурсов.

Не следует забывать, что самостоятельная работа дает возможность студенту подготовиться к занятиям и затем продемонстрировать свои знания на семинарских занятиях с тем, чтобы получить высокий балл оценки за работу. Это способствует получению более высокой итоговой оценки.

При подготовке к зачету необходимо изучить соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на плановой консультации.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости).

11. 1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows, MicrosoftOffice.
2. Антивирус Kaspersky

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» -<http://www.skrin.ru/>

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не предусмотрены.

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

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения. Также для осуществления образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие в аудитории аудиовизуального оборудования.

Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
1.	Нормативный документ, в котором приведен полный перечень существенных условий договора на туристское обслуживание... 1) Гражданском кодексе РФ 1) Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ» 2) Закон РФ «О защите прав потребителей»	2) Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в РФ»	УК-12
1.	Географическое место временного пребывания туриста называют	2) туристской дестинацией	УК-8

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	дестинацией		
2.	Турагентская деятельность - это деятельность ... 1) по продвижению и реализации туристского продукта; 1) по формированию, продвижению и реализации; 2) по формированию и продвижению; 3) по созданию имиджа.	1)по продвижению и реализации туристского продукта	УК-8
3.	Туроператорская деятельность - это деятельность предпринимателем... 1) по продвижению и реализации туристского продукта 1) по формированию, продвижению и реализации 2) по формированию и продвижению 3) По созданию имиджа.	по формированию, продвижению и реализации	УК-12
4.	Выездной туризм – это ... 1) путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно независимо от страны 1) путешествия в пределах РФ лиц, постоянно проживающих в РФ 2) путешествие лиц, постоянно проживающих в РФ, в другую страну 3) все варианты	путешествие лиц, постоянно проживающих в РФ, в другую страну	УК-8
5.	Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов – переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия называется продукт.	Туристский продукт	УК-8
6.	Проведение свободного времени (отпусков) жителями данной страны вне	Внутренний	УК-12

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	дома в пределах своей страны называется туризмом		
7.	Путешествия по маршруту и графику, разработанному турфирмой по приобретенным путевка называетсятуризм	Организованный туризм	УК-8
8.	Путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды называется туризм	Социальный туризм	УК-8
9.	Путешествия, самостоятельно организуемые туристами с использованием активных способов передвижения называется - туризм.	Самодетельный туризм	УК-12

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (в полной мере): алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров) и отвечать на запросы и потребности общества и целевой аудитории в профессиональной деятельности.

Умеет: (самостоятельно): принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров) и отвечать на запросы и потребности общества и целевой аудитории в профессиональной деятельности.

Владеет: (совершенно свободно): навыками принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров) и отвечать на запросы и потребности общества и целевой аудитории в профессиональной деятельности.

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся **знает:** алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях

жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров).

Умеет: (самостоятельно): принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров) и отвечать на запросы и потребности общества и целевой аудитории в профессиональной деятельности.

Владеет: навыками принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров).

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (на уровне минимальных требований): алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.

Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) принимать экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.

Владеет (совершая ошибки и допуская незначительное несоблюдение основных положений дисциплины): навыками принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров).

- оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется, если обучающийся **не знает**: (на уровне минимальных требований): алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.

Не умеет: (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) принимать экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.

Не владеет: навыками принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров).