

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

/Шубаева В.Г./

«14» 06 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕРНАЛЬНЫМ РЫНКОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА»

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) программы	Организация и управление в индустрии туризма
Уровень образования	высшего бакалавриат
Форма обучения	очная

Составители:

Шубаева В.Г.

к.э.н., доцент Волошинова М.В.

Санкт-Петербург
2019

СОДЕРЖАНИЕ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ	5
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	5
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ	6
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА	8
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	10
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины .	10
7.2. Организация самостоятельной работы	10
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	13
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	13
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	14
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса.....	15
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	16
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	17

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Название дисциплины	УПРАВЛЕНИЕ ИНТЕРНАЛЬНЫМ РЫНКОМ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА
Цель дисциплины	Цель дисциплины: системное изучение теоретических и практических аспектов управления интернальным рынком в индустрии туризма.
Планируемые результаты обучения	<p><i>ПК-1.1. Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности.</i></p> <p><i>Знать: Методы и технологии подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности.</i></p> <p><i>Уметь: Применять методы и технологии подбора персонала, организовывать работу исполнителей на предприятии индустрии туризма в соответствии с профессиональными задачами деятельности.</i></p> <p><i>ПК-1.2. Осуществляет управление персоналом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.</i></p> <p><i>Знать: Теоретические основы управления персоналом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.</i></p> <p><i>Уметь: управлять персоналом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.</i></p> <p><i>ПК-2.1. Применяет методы управления коммуникационным процессом в индустрии туризма</i></p> <p><i>Знать: Методы управления коммуникациями на интернальном рынке индустрии туризма</i></p> <p><i>Уметь: Применять методы управления коммуникациями на интернальном рынке индустрии туризма</i></p> <p><i>ПК-2.2. Осуществляет процесс управления корпоративной культурой предприятия индустрии туризма</i></p> <p><i>Знать: Теоретические основы управления корпоративной культурой предприятия индустрии туризма</i></p> <p><i>Уметь: Управлять корпоративной культурой предприятия индустрии туризма</i></p>
Тематическая направленность дисциплины	<p>Тема 1. Понятие и сущность интернального рынка в индустрии туризма</p> <p>Тема 2. Ресурсное обеспечение интернального рынка в индустрии туризма</p> <p>Тема 3. Комплекс внутреннего маркетинга на интернальном рынке в индустрии туризма</p> <p>Тема 4. Управление коммуникациями на интернальном рынке индустрии туризма</p> <p>Тема 5. Управление персоналом в индустрии туризма</p> <p>Тема 6. Управление корпоративной культурой на интернальном рынке</p>

	Тема 7. Управление ресурсами времени в индустрии туризма Тема 8. Управление финансовыми ресурсами на интернальном рынке индустрии туризма Тема 9. Управление бизнес-процессами на интернальном рынке индустрии туризма Тема 10. Система управления интернальным рынком в индустрии туризма
Кафедра	Экономики и управления в сфере услуг

1. ЦЕЛЬ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: системное изучение теоретических и практических аспектов управления интернальным рынком в индустрии туризма.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В «Управление интернальным рынком в индустрии туризма» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций, представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

Код и наименование компетенции выпускника	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-1. Способен организовывать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности	<i>ПК-1.1. Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности.</i>	<i>Знать: Методы и технологии подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности. Уметь: Применять методы и технологии подбора персонала, организовывать работу исполнителей на предприятии индустрии туризма в соответствии с профессиональными задачами деятельности.</i>

	<i>ПК-1.2. Осуществляет управление персоналом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.</i>	<i>Знать: Теоретические основы управления персоналом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации. Уметь: управлять персоналом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.</i>
<i>ПК-2. Способен управлять внутрифирменными процессами в индустрии туризма</i>	<i>ПК-2.1. Применяет методы управления коммуникационным процессом в индустрии туризма</i>	<i>Знать: Методы управления коммуникациями на интернальном рынке индустрии туризма Уметь: Применять методы управления коммуникациями на интернальном рынке индустрии туризма</i>
	<i>ПК-2.2. Осуществляет процесс управления корпоративной культурой предприятия индустрии туризма</i>	<i>Знать: Теоретические основы управления корпоративной культурой предприятия индустрии туризма Уметь: Управлять корпоративной культурой предприятия индустрии туризма</i>

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося согласно РУП отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 6 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем и/или разделов/тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
<i>I</i>	2	3	4	5
Тема 1. Понятие и сущность интернального рынка в индустрии туризма	4	4		8
Тема 2. Ресурсное обеспечение интернального рынка в индустрии туризма	4	6		10
Тема 3. Комплекс внутреннего маркетинга на интернальном рынке в индустрии туризма	4	4		8
Тема 4. Управление коммуникациями на интернальном рынке индустрии туризма	4	6		10
Тема 5. Управление персоналом в индустрии туризма	4	8		10
Тема 6. Управление корпоративной культурой на предприятии индустрии туризма	4	4		10
Тема 7. Управление ресурсами времени в индустрии туризма	2	4		10

Тема 8. Управление финансовыми ресурсами на интернальном рынке индустрии туризма	2	4		10
Тема 9. Управление бизнес-процессами на интернальном рынке индустрии туризма	4	4		10
Тема 10. Система управления интернальным рынком в индустрии туризма	4	4		10
Всего за семестр:	36	48		96
Всего по дисциплине:	36	48		96

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Понятие и сущность интернального рынка в индустрии туризма

Характеристика понятия «интернальный рынок» и его основные особенности. Субъекты и объекты интернального рынка в индустрии туризма. Интернальный рынок как внутрикорпоративный рынок труда в индустрии туризма. Спрос и предложение на интернальном рынке в индустрии туризма.

Тема 2. Ресурсное обеспечение интернального рынка в индустрии туризма

Основные виды ресурсов интернального рынка в индустрии туризма. Особенности ресурсного обеспечения внутрикорпоративного рынка труда индустрии туризма. Интеграция ресурсов предприятий интернального рынка.

Тема 3. Комплекс внутреннего маркетинга на интернальном рынке в индустрии туризма

Концепция внутреннего маркетинга в маркетинговой парадигме. Понятие комплекса внутреннего маркетинга. Внутренний маркетинг-микс в индустрии туризма. Концепция внутреннего продукта. Продукт – работа, цена внутреннего продукта. Место (способ доведения внутреннего продукта). Участники - работники и клиенты. Физическое окружение. Продвижение внутреннего продукта. Процесс.

Тема 4. Управление коммуникациями на интернальном рынке индустрии туризма

Основные виды коммуникаций на интернальном рынке индустрии туризма. Формирование эффективных коммуникационных процессов на интернальном рынке. Итегрированные маркетинговые коммуникации на интернальном рынке индустрии туризма.

Тема 5. Управление персоналом в индустрии туризма

Система управления персоналом на предприятии индустрии туризма. Управление персоналом на интернальном рынке. Контактный персонал как маркетинговый актив предприятия индустрии туризма и его влияние на формирование устойчивого конкурентного преимущества предприятия. Аутсоринг персонала. Управление контактным персоналом в индустрии туризма.

Тема 6. Управление корпоративной культурой на интернальном рынке

Понятие и основные уровни корпоративной культуры организации. Значение корпоративной культуры для формирования и развития бренда организации. Методы и технологии управления корпоративной культурной на интернальном рынке.

Тема 7. Управление ресурсами времени в индустрии туризма

Специфика времени как ресурса. Технологии тайм-менеджмента. Виды управления временем как ресурсом. Методы управления временем на предприятии индустрии туризма. Оперативное и стратегическое управление временем в индустрии туризма.

Тема 8. Управление финансовыми ресурсами на интернальном рынке индустрии туризма

Понятие и основные виды финансовых ресурсов на интернальном рынке индустрии и туризма. Источники финансовых ресурсов в индустрии туризма. Оплата труда на предприятиях индустрии туризма. Методы управления финансовыми ресурсами на интернальном рынке индустрии туризма.

Тема 9. Управление бизнес-процессами на интернальном рынке индустрии туризма

Понятие и виды основных бизнес-процессов на интернальном рынке индустрии туризма. Управление инфраструктурными процессами на интернальном рынке индустрии туризма. Управление финансово-экономическими процессами на интернальном рынке индустрии туризма

Тема 10. Система управления интернальным рынком в индустрии туризма

Основные элементы системы управления интернальным рынком в индустрии туризма. Основные методы управления интернальным рынком в индустрии туризма. Формирование системы управление интернальным рынком в индустрии туризма.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия

№ темы	Тема занятия	Вид занятия
1	2	3
1	Субъекты и объекты интернального рынка индустрии туризма	Аналитическая работа
1	Сегментация интернального рынка индустрии туризма	Решение практических задач
2	Виды ресурсов интернального рынка индустрии туризма	Аналитическая работа
2	Интеграция ресурсов интернального рынка индустрии туризма	Решение практических задач
3	Концепция внутреннего маркетинга в маркетинговой парадигме.	Коллоквиум
3	Концепция внутреннего продукта в индустрии туризма	Решение практических задач
4	Виды коммуникаций на интернальном рынке индустрии туризма	Коллоквиум
4	Интегрированные маркетинговые коммуникации на интернальном рынке индустрии туризма	Аналитическая работа
5	Методы и технологии мотивации персонала в индустрии туризма	Решение практических задач
5	Влияние контактного персонала на формирование устойчивого конкурентного преимущества предприятия	Аналитическая работа

5	Влияние клиентоориентированного подхода на формирование лояльности клиентов	Аналитическая работа
5	Аутсорсинг персонала для предприятия индустрии туризма	Кейс- задание
6	Уровни корпоративной культуры организации индустрии туризма	Решение практических задач
6	Методы управления корпоративной культурой на интернальном рынке	Кейс-задание
7	Время как ресурс в индустрии туризма	Коллоквиум
7	Тайм-менеджмент в индустрии туризма	Кейс-задание
8	Виды финансовых ресурсов на интернальном рынке	Коллоквиум
8	Источники финансовых ресурсов в индустрии туризма	Решение практических задач
9	Основные и инфраструктурные бизнес-процессы на интернальном рынке	Аналитическая работа
9	Управление финансово-экономическими процессами на интернальном рынке индустрии туризма	Кейс-задание
10	Методы управления интернальным рынком	Решение практических задач
10	Формирование системы управления интернальным рынком	Кейс-задание

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ тем ы	Вид самостоятельной работы
1	2
1	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе, изучение материала по теме «Понятие и сущность интернального рынка в индустрии туризма». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
1	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе; изучение особенностей сегментации интернального рынка в индустрии туризма и подготовка к практическому занятию.
2	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе; изучение литературы по теме «Ресурсное обеспечение интернального рынка в индустрии туризма». Подготовка к практическому занятию «Основные виды ресурсов интернального рынка в индустрии туризма».
2	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе, Подготовка к решению практических задач на тему «Интеграция ресурсов интернального рынка индустрии туризма». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
3	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе, изучение материала по теме «Комплекс внутреннего маркетинга на интернальном рынке в индустрии туризма». Подготовка к коллоквиуму на тему «Концепция внутреннего маркетинга в маркетинговой парадигме». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
3	. Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе. Подготовка к практическому занятию на тему «Внутренний маркетинг-микс в индустрии туризма». Подготовка КТ-1 - Индивидуальное задание «Внутренний маркетинг-микс на интернальном рынке индустрии туризма». Подготовка мультимедийной презентации..
4	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе, подготовка к коллоквиуму по теме «Виды коммуникаций на интернальном рынке индустрии туризма».
4	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе, изучение материала для подготовки к выполнению аналитической работы «Интегрированные маркетинговые коммуникации на интернальном рынке индустрии туризма». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
5	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе, подготовка к практическому занятию на тему «Методы и технологии мотивации персонала в индустрии туризма» Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.

№ тем ы	Вид самостоятельной работы
5	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе, изучение материала по теме «Управление персоналом в индустрии туризма», подготовка к практическому занятию на тему «Влияние контактного персонала на формирование устойчивого конкурентного преимущества предприятия»
	, подготовка к практическому занятию на тему «Влияние клиентоориентированного подхода на формирование лояльности клиентов». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
5	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе. Подготовка к практическому занятию по теме «Аутсорсинг персонала для предприятия индустрии туризма». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
6	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе, подготовка к практическому занятию по теме «Уровни корпоративной культуры организации индустрии туризма». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
6	Изучение материалов и подготовка к практическому занятию по теме «Методы управления корпоративной культурой на интернальном рынке» Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
7	Изучение материалов и подготовка к коллоквиуму по теме «Время как ресурс в индустрии туризма». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
7	Изучение материалов и подготовка к практическому занятию «Тайм-менеджмент в индустрии туризма». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
8	Подготовка к аудиторным занятиям, работа над отдельными вопросами, вынесенными на самостоятельное обучение по рекомендованной литературе. Изучение материалов и подготовка к коллоквиуму на тему «Виды финансовых ресурсов на интернальном рынке». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
8	Изучение материалов и подготовка к практическому занятию «Источники финансовых ресурсов в индустрии туризма». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы
9	Изучение материалов и подготовка к практическому занятию «Основные и инфраструктурные бизнес-процессы на интернальном рынке.
9	Изучение материалов и подготовка к практическому занятию «Управление финансово-экономическими процессами на интернальном рынке индустрии туризма». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.
10	Изучение материалов и подготовка к практическому занятию «Методы управления интернальным рынком». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы
10	Изучение материалов и подготовка к практическому занятию «Формирование системы управления интернальным рынком». Выполнение заданий, входящих в текущий контроль балльно-рейтинговой системы.. Подготовка КТ-2 - Индивидуальное задание «Разработка системы управления интернальным рынком ». Подготовка мультимедийной презентации.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

Методические рекомендации включают в себя все виды самостоятельной работы, предусмотренные для успешного освоения дисциплины.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Управление интернальным рынком в индустрии туризма» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Лекция-дискуссия (тема № 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8);
- Аналитическая работа (тема № 1, 2, 4, 5, 9);
- решение практических задач (тема № 2, 3, 5, 6, 8, 10)
- коллоквиум (тема № 3, 7, 8)
- Кейс-задание (Тема № 5, 6, 7, 9, 10)
- Презентация (КТ-1, КТ-2).

1. Тематическая дискуссия (Лекция-дискуссия) - представляет собой объединение обычной лекции с дискуссиями об изложенном учебном материале. Во время дискуссионной фазы учебный материал лекции анализируется, освещается и оценивается со всех сторон. В дискуссию должны включаться по возможности все участники. В данных темах использование лекции-дискуссии целесообразно в связи с тем, что вопросы информационного сопровождения туристской деятельности, этики научного исследования, оформления текстов и презентаций являются для обучающихся весьма сложными и проблемными.

2. Аналитическая работа – на основе сбора информации по определенной теме систематизируются и интерпретируются полученные данные в виде аналитических записок (с возможной последующей презентаций).

3. Коллоквиум - средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или модуля дисциплины, организованное в виде устного (письменного) опроса студента или в виде собеседования преподавателя и обучающихся. Рекомендуется для оценки знаний обучающихся.

4. Кейс-задание - проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы. Рекомендуется для оценки знаний, умений и владений, а также отдельных дисциплинарных компетенций студентов.

5. Презентация (мультимедийная) - логически связанная последовательность слайдов, объединенная одной тематикой и общими принципами оформления. Мультимедийная презентация представляет сочетание компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда, которые организованы в единую среду. Мультимедийная презентация позволяет наиболее выразительно представить аудитории слушателей систематизированный анализ материалов.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
1. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : Учебник для студентов вузов : ВО - Бакалавриат .— 4, перераб. и доп. — Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017 .— 1071 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM
2. Коль О.Д. Маркетинг в туристской индустрии : Учебник и практикум / Коль О. Д. — Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2019 .— 355 с.	основная	-	ЭБС Юрайт
3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : Учебное пособие : ВО - Бакалавриат .— 1 .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015 .— 316 с.	основная	-	ЭБС ZNANIUM
4. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : Учебник и практикум / Голубкова Е. Н. — 3-е изд., пер. и доп. — Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2019 .— 363 с.	дополнительная	-	ЭБС Юрайт
5. Абабков Ю.Н. Маркетинг в туризме : Учебник .— 1 .— Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015 .— 214 с.	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru

6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ – opac.unecon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

Таблица 9.2.2 – Перечень учебных аудиторий для проведения учебных занятий, оснащенных оборудованием и техническими средствами обучения

Наименование учебных аудиторий, перечень оборудования и технических средств обучения	Адрес (местоположение) учебных аудиторий
Ауд. 511 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 56 посадочных мест; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., тумба - 1шт., трибуна - 1шт.Компьютер Intel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC ME402X - 1 шт., Микшер усилитель Jedia TA-1120 в комплекте - 1 шт., Экран с электроприводом Draper Baronet NTSC (3:4) 213/84 - 1 шт., Колонки Hi-Fi PRO MASK6T-W (2шт.) - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А
Ауд. 201 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 175 посадочных мест; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 2шт., тумба - 1шт.Компьютер intel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт.,	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А

Мультимедийный проектор Panasonic PT-VX610E - 1 шт., Микшерный пульт - 1 шт., Микшер-усилитель TA-1120 - 1 шт., Экран DRAPER BARONET 175/234 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	
Ауд. 411 Учебная аудитория (для проведения занятий лекционного типа и занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации), оборудована мультимедийным комплексом. Специализированная мебель и оборудование: Учебная мебель на 56 посадочных мест; рабочее место преподавателя, доска меловая - 1 шт., стол - 1шт., тумба - 1шт., трибуна - 1шт.Компьютер Intel i3 2100 3.3/4Gb/500Gb/AserV193 - 1 шт., Мультимедийный проектор Optoma x 400 - 1 шт., Мультимедийный проектор NEC ME402X - 1 шт., Звуковые колонки JBL 25 - 2 шт., Экран с электропривод, DRAPER 96 160x210 - 1 шт. Наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий: мультимедийные приложения к лекционным курсам и практическим занятиям, интерактивные учебно-наглядные пособия.	190005, г. Санкт-Петербург, 7-я Красноармейская ул., д. 6-8, пом. 21Н, 26Н, 15Н-19Н, Л-3, Л-4, Л-5, лит. А

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

— для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

— для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).