

**Автономная некоммерческая организация высшего
образования «Университет информационных технологий и
инноваций»**

(АНО ВО УИТИ)

Утверждаю:

Ректор АНО ВО УИТИ Хутинаева С.З.

Сведения об электронной подписи	
Подписано:	Хутинаева Светлана Зураповна
Должность:	ректор
Пользователь:	skhutinaeva

Протокол заседания Учёного совета АНО ВО УИТИ № 02 от 30.04.2026

Утверждено на заседании кафедры системного анализа и управления

Протокол № 02/САУ от 24.04.2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.04 МОДУЛЬ ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ
Б1.О.04.13 МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ
Для направления подготовки: 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриат)
Типы задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий, проектный
Направленность (профиль): Внутренний и международный туризм
Форма обучения: очная

г. Владикавказ, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

1. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ).....	3
Перечень компетенций, формируемых дисциплиной (модулем) в процессе освоения образовательной программы.....	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ).....	4
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ.....	4
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....	6
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
6.1. Рекомендуемая литература.....	6
7. ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
7.1 Программное обеспечение Университета – часть электронной информационно-образовательной среды:.....	7
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	7
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	8

1. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Перечень компетенций, формируемых дисциплиной (модулем) в процессе освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-2. Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью.	ОПК-2.1 Применяет основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской деятельности.	Знает: основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской деятельности. Умеет: применять на практике основные методы и приемы планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской деятельности. Владеет: навыками применения основных методов и приемов планирования, организации, мотивации и координации деятельности структурных подразделений и отдельных сотрудников объектов туристской деятельности.
	ОПК-2.2 Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской деятельности.	Знает: цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской деятельности. Умеет: определять цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской деятельности.

		Владеет: навыками определения целей и задач управления структурными подразделениями объектов туристской деятельности.
ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта.	ОПК-4.1 Проводит маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей и конкурентов и анализирует полученные результаты.	Знает: методику проведения маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей и конкурентов, а также способы анализа полученных результатов. Умеет: проводить маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей и конкурентов и анализировать полученные результаты. Владеет: навыками проведения маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей и конкурентов и анализа полученных результатов.
	ОПК-4.2 Способен организовывать продвижение туристского продукта и услуг, а также выстраивать эффективные каналы их сбыта.	Знает: принципы организации продвижения туристского продукта и услуг, а также построения эффективных каналов их сбыта. Умеет: организовывать продвижение туристского продукта и услуг, а также выстраивать эффективные каналы их сбыта. Владеет: навыками организации продвижения туристского продукта и услуг, а также построения эффективных каналов их сбыта.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель: сформировать у обучающихся профессиональные компетенции в области управления туристскими организациями и продвижения туристских услуг, освоить современные методы менеджмента и маркетинга для эффективного развития бизнеса в сфере туризма.

Задачи:

- Освоить основы менеджмента в туризме: функции, принципы и стили управления, а также специфику организационных структур туристских компаний.
- Изучить методы исследования туристского рынка: сегментацию, анализ спроса и позиционирование туристских продуктов.
- Освоить ключевые инструменты продвижения туристских услуг, включая цифровые каналы (SMM, SEO, контекстная реклама), рекламу и PR.
- Разработать понимание механизмов формирования и управления жизненным циклом туристского продукта, включая ценообразование и управление качеством обслуживания.
- Освоить методы оценки эффективности маркетинговых кампаний и стратегического планирования в управлении туристским бизнесом.
- Познакомиться с современными трендами в менеджменте и маркетинге туризма (устойчивый туризм, персонализация предложений, цифровизация процессов).

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Менеджмент и маркетинг в туризме» составляет: 8 з.е. / 288 час.

Вид учебной работы								
Аудиторные занятия				Самостоятельная работа		Промежуточная аттестация		
Аудиторные занятия в том числе:	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа в том числе:	часы на выполнение КР / КП	Вид	Семестр	Трудоемкость (час.)
Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)								
Очная форма обучения								
144	72	72	-	108	-	Зачет с оценкой / Экзамен	4 / 5	36
Общая трудоемкость з.е. / час.: 8 з.е. / 288 час.								

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основы менеджмента в туризме.	Лекции ч.	Практические занятия ч.	Лабораторные работы ч.	Самостоят. работа ч.
	12	12	-	18
	Понятие и сущность менеджмента. Функции управления (планирование, организация, мотивация, контроль). Принципы и стили менеджмента. Особенности управления в туристской индустрии. Организационные структуры туристских компаний.			
Тема 2. Принятие управленческих решений в туризме.	Лекции ч.	Практические занятия ч.	Лабораторные работы ч.	Самостоят. работа ч.
	12	12	-	18
	Этапы и методы принятия решений. Анализ внутренней и внешней среды туристской организации (SWOT анализ). Управление рисками. Стратегическое и оперативное планирование в туристском бизнесе.			
Тема 3. Основы маркетинга в туризме	Лекции ч.	Практические занятия ч.	Лабораторные работы ч.	Самостоят. работа ч.
	12	12	-	18
	Понятие и функции маркетинга. Специфика туристского продукта как услуги. Концепции маркетинга в туризме. Роль маркетинга в развитии туристских дестинаций и предприятий.			
Тема 4. Исследование туристского рынка.	Лекции ч.	Практические занятия ч.	Лабораторные работы ч.	Самостоят. работа ч.
	12	12	-	18
	Методы маркетинговых исследований. Сегментация рынка и выбор целевых сегментов. Позиционирование туристского продукта. Анализ спроса и конкуренции. Изучение поведения потребителей туристских услуг.			

Тема 5. Формирование и продвижение туристского продукта.	Лекции ч.	Практические занятия ч.	Лабораторные работы ч.	Самостоят. работа ч.
	12	12	-	18
	Этапы создания турпродукта. Управление жизненным циклом продукта. Ценообразование в туризме. Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи. Цифровые инструменты продвижения (SMM, SEO, контекстная реклама).			

Тема 6. Современные тенденции в менеджменте и маркетинге туризма.	Лекции ч.	Практические занятия ч.	Лабораторные работы ч.	Самостоят. работа ч.
	12	12	-	18
	Устойчивый (экологический) туризм. Персонализация предложений и клиентский опыт. Цифровизация бизнес процессов (онлайн бронирование, CRM системы). Инновации в сервисе и управлении качеством обслуживания. Глобальные тренды развития туристской отрасли.			

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Примерный фонд оценочных средств представлен в Приложении 1.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендуемая литература

- Бабанчикова, О. А. Продвижение туристского продукта: учебное пособие / О. А. Бабанчикова. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2023. — 67 с. — ISBN 978-5-7937-2335-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140166.html>
- Менеджмент туристического бизнеса: монография / О. В. Лыскова, Л. В. Славнецкова, С. П. Акутина [и др.]. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 255 с. — ISBN 978-5-4497-4478-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/152046.html>

- Чечулин, А. В. Маркетинг территорий. Как города и страны привлекают туристов, новых жителей и бизнес / А. В. Чечулин. — Санкт-Петербург: КАРО, 2024. — 144 с. — ISBN 978-5-9925-1507-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141682.html>

- Экономика, менеджмент и маркетинг в индустрии туризма и гостеприимства: учебное пособие / О. А. Альмухамедова, Е. Н. Маслак, Ю. А. Пшеничных [и др.]. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2024. — 96 с. — ISBN 978-5-9275-4635-0. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145122.html>

7. ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Лицензионное программное обеспечение

- Microsoft Windows 10/11.

7.2 Свободно распространяемое программное обеспечение:

- Astra Linux Common Edition (отечественное ПО)
- LibreOffice (свободно распространяемое ПО (Open Source))
- Яндекс.Браузер (отечественное ПО)
- 7-Zip
- PostgreSQL/pgAdmin [Система управления базами данных; свободно распространяемое ПО]

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов сети Интернет:

1. <https://ro-edu.ru/> - Медиапортал «Российское образование»
2. <http://www.iprbookshop.ru> - Электронно-библиотечная система IPRSmart (ЭБС IPRSmart) –электронная библиотека по всем отраслям знаний
3. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
4. <https://cyberleninka.ru/> - научная электронная библиотека КиберЛенинка
5. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей

6. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
7. <https://www.garant.ru/> - справочная правовая система Гарант
8. <https://rosstat.gov.ru/emiss> Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) Государственная база статистических данных
9. <https://minfin.gov.ru/ru/performance/audit/standarts/international/documents/?ysclid=mn6p22hks7190904011> - База данных международных стандартов аудита (МСА) [Профессиональный ресурс на сайте IFAC;
10. https://sroaas.ru/auditor/pravila_i_standarty/standarty-audita/ - База данных международных стандартов аудита (МСА) на сайте МФБ (ifac.org) — первоисточники для аудиторской деятельности

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

При реализации образовательной программы для освоения учебной дисциплины используются следующие компоненты материально-технической базы Университета:

1. Аудиторный фонд.
2. Материально-технический фонд.
3. Библиотечный фонд.

Аудиторный фонд представляет собой аудитории для проведения учебных занятий, в том числе, лекционных занятий, практических занятий и лабораторных работ.

Материально-технический фонд представлен учебной мебелью и соответствующим оборудованием, обеспечивающим освоение учебной дисциплины.

Библиотечный фонд обеспечивает доступ каждого обучающегося к электронно-библиотечной системе, современным профессиональным базам, информационно-справочным системам, информационным ресурсам сети Интернет, указанным в рабочей программе дисциплины.

Перечень материально-технического обеспечения по дисциплине:

Аудитория для проведения учебных занятий:

Комплект специализированной учебной мебели, отвечающий всем установленным нормам и требованиям: столы, стулья. Персональные компьютеры с программным обеспечением, с возможностью подключения к сети «Интернет». Шкаф книжный, стеллаж, тумба, доска передвижная магнитная (маркерная).

Рабочее место преподавателя: стол, стул, персональный компьютер с программным обеспечением, с возможностью подключения к сети «Интернет».

Помещение для самостоятельной работы обучающихся:

Комплект специализированной учебной мебели, отвечающий всем установленным нормам и требованиям: столы, стулья.

Персональные компьютеры с программным обеспечением, с возможностью подключения к сети «Интернет».

Аудитория для проведения учебных занятий для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов:

Комплект специализированной мебели, отвечающий всем установленным нормам и требованиям для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов: столы, стулья, инвалидное кресло-коляска. Гарнитура, информационная система «Исток» - для слабослышащих, клавиатура Брайля, шкаф книжный.

Рабочее место преподавателя: стол, стул, тумба, персональный компьютер с программным обеспечением, с возможностью подключения к сети «Интернет».

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучение по дисциплине предполагает освоение учебного материала на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, практических занятий, лабораторных работ.

Для успешного освоения дисциплины рекомендуется придерживаться системного подхода к учебному процессу. Просматривать все лекции, так как они формируют теоретический каркас дисциплины и помогают выстроить логику взаимосвязи ключевых понятий. Рекомендуется вести конспект лекции, с выделением основных идей, вопросов для уточнения и собственных ассоциаций — это поможет в подготовке к активной работе на практических занятиях. На семинарских и практических занятиях целесообразно участвовать в дискуссиях, аргументируя свою позицию и анализируя позиции коллег.

При подготовке к работе во время проведения практических, лабораторных занятий следует обратить внимание на следующие

моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому, лабораторному занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия, лабораторной работы, техники безопасности при работе с оборудованием.

Самостоятельная работа является равноправной частью обучения: целесообразно изучать рекомендованную литературу, дополняя лекционный материал аналитическими источниками и современными исследованиями. Рекомендуется выделять время на систематизацию знаний — составление схем, таблиц, глоссария терминов значительно облегчит подготовку к промежуточной аттестации.

При выполнении самостоятельных заданий целесообразно сфокусироваться на глубине проработки темы и умении применять знания к анализу конкретных ситуаций. Рекомендуется использовать цифровые образовательные ресурсы, современные профессиональные базы, электронные библиотечные системы и информационно-справочные системы для расширения информационной базы.

Рекомендуется регулярно проводить самодиагностику: формулировать ответы на ключевые вопросы без опоры на конспекты, чтобы выявить слабые места. Целесообразно готовиться к занятиям заранее, знакомясь с темой — это позволяет участвовать в учебном процессе на уровне диалога, а не пассивного восприятия.

Успешное освоение дисциплины возможно только при синтезе всех форм работы: лекции задают направление, практические занятия, лабораторные работы развивают умения и навыки, а самостоятельная работа формирует устойчивые компетенции. Необходимо подходить к обучению как к осознанному проектированию собственного интеллектуального развития, а не как к формальному выполнению требований учебного плана.

**Автономная некоммерческая организация высшего
образования «Университет информационных технологий и
инноваций»
(АНО ВО УИТИ)**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
Текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
Б1.О.04.13 МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ
Для направления подготовки: 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриат)
Типы задач профессиональной деятельности: организационно-управленческий, проектный
Направленность (профиль): Внутренний и международный туризм
Форма обучения: очная

г. Владикавказ, 2026

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Примерные темы для практических занятий

1. Анализ внутренней и внешней среды туристской компании с применением SWOT-анализа.
2. Сегментация туристского рынка: выделение целевых сегментов для конкретного турпродукта (на примере пляжного, делового или экологического туризма).
3. Позиционирование туристского продукта: разработка позиционирующего заявления и карты восприятия для выбранной дестинации.
4. Разработка турпродукта: формирование пакета услуг (транспорт, размещение, экскурсии) для заданного направления и целевой аудитории.
5. Расчёт цены турпакета: применение методов ценообразования (затраты + наценка, конкурентный, ценностный) и обоснование итоговой цены.
6. Составление комплекса маркетинговых коммуникаций для продвижения тура: выбор каналов (SMM, контекстная реклама, PR) и разработка краткой рекламной концепции.
7. Разработка программы лояльности для клиентов турфирмы: система бонусов, скидок и привилегий с оценкой экономической целесообразности.
8. Моделирование процесса обслуживания туриста: составление карты пути клиента (Customer Journey Map) для тура в конкретную страну/регион.
9. Оценка эффективности маркетинговой кампании: расчёт ROI, анализ конверсии и охвата для гипотетического продвижения курорта.
10. Анализ трендов устойчивого туризма: выявление практик экотуризма и их внедрение в деятельность условной туркомпании (минимизация отходов, поддержка локальных сообществ и т.д.).

Примеры тем для реферата

1. Роль менеджмента в развитии туристской отрасли: функции и ключевые задачи.
2. Современные стили управления в туристских организациях: преимущества и недостатки.
3. SWOT-анализ как инструмент стратегического планирования в туризме (на конкретных примерах).
4. Сегментация туристского рынка: критерии и методы выделения целевых групп.
5. Позиционирование туристских дестинаций: стратегии и успешные кейсы.

6. Формирование туристского продукта: этапы разработки и управления жизненным циклом.
7. Ценообразование в туризме: методы расчёта и факторы влияния на стоимость туров.
8. Цифровые инструменты маркетинга в продвижении туристских услуг (SMM, SEO, контекстная реклама, email-маркетинг).
9. Устойчивый туризм: принципы развития и примеры реализации экотуристских проектов.
10. Персонализация туристских услуг: технологии сбора данных о клиентах и адаптация предложений под индивидуальные потребности.

Примеры тестовых заданий

1. Что является главной целью маркетинга в туризме?
 - а) максимизация прибыли любой ценой;
 - Правильный ответ: б) удовлетворение потребностей клиентов и создание ценности для них;**
 - в) сокращение издержек на обслуживание;
 - г) увеличение числа филиалов компании.
2. Какой метод используется для анализа внутренней и внешней среды туристской организации?
 - а) PEST-анализ;
 - Правильный ответ: б) SWOT-анализ;**
 - в) ABC-анализ;
 - г) XYZ-анализ.
3. Что такое сегментация туристского рынка?
 - Правильный ответ: а) разделение потенциальных туристов на группы по общим признакам;**
 - б) продвижение турпродукта на новом рынке;
 - в) формирование ценовой политики компании;
 - г) разработка нового турпродукта.
4. Какой этап жизненного цикла турпродукта характеризуется ростом продаж и увеличением прибыли?
 - а) внедрение;
 - Правильный ответ: б) рост;**
 - в) зрелость;
 - г) спад.
5. Что входит в комплекс маркетинга (4 Р) в туризме?
 - а) продукт, процесс, персонал, прибыль;
 - Правильный ответ: б) продукт, цена, место (распределение), продвижение;**
 - в) планирование, производство, продвижение, прибыль;
 - г) потребители, поставщики, конкуренты, партнёры.

6. Какой инструмент относится к цифровым методам продвижения туристских услуг?
а) наружная реклама;
б) печатные буклеты;
Правильный ответ: в) SMM (продвижение в социальных сетях);
г) радиореклама.
7. Что подразумевается под позиционированием туристского продукта?
Правильный ответ: а) создание уникального образа продукта в сознании потребителей;
б) выбор каналов сбыта;
в) расчёт себестоимости тура;
г) организация логистики для тура.
8. Какой фактор относится к внешней среде туристской организации (в рамках PEST-анализа)?
а) корпоративная культура компании;
Правильный ответ: б) политическая стабильность в стране назначения;
в) квалификация персонала;
г) внутренняя система мотивации сотрудников.
9. Что является ключевым элементом устойчивого туризма?
а) максимальное увеличение числа туристов;
б) снижение цен на туры;
Правильный ответ: в) минимизация негативного воздействия на окружающую среду и поддержку местных сообществ;
г) использование только авиаперевозок.
10. Какой показатель используется для оценки эффективности маркетинговой кампании?
а) количество сотрудников компании;
Правильный ответ: б) ROI (возврат инвестиций в маркетинг);
в) число офисов продаж;
г) возраст туристской компании.

Примеры вопросов для зачета с оценкой и экзамена

1. Понятие и сущность менеджмента в сфере туризма.
2. Основные функции менеджмента в туристской организации (планирование, организация, мотивация, контроль).
3. Стили управления в туризме: сравнительная характеристика и условия применения.
4. SWOT-анализ в стратегическом планировании туристской компании: суть и порядок проведения.
5. PEST-анализ как инструмент оценки макросреды туристского предприятия.

6. Понятие туристского продукта: структура, особенности, жизненный цикл.
7. Этапы разработки и формирования туристского продукта.
8. Сегментация туристского рынка: критерии и методы выделения целевых сегментов.
9. Позиционирование туристского продукта и дестинации: стратегии и инструменты.
10. Ценообразование в туризме: основные методы и факторы, влияющие на цену тура.
11. Комплекс маркетинга (4 P) в туризме: содержание и специфика применения.
12. Каналы сбыта туристских услуг: прямые и косвенные, их преимущества и недостатки.
13. Продвижение туристских услуг: виды и инструменты маркетинговых коммуникаций (реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи).
14. Цифровые технологии в маркетинге туризма: SMM, SEO, контекстная реклама, онлайн-бронирование — роль и эффективность.
15. Устойчивый туризм: принципы, направления развития и примеры успешной реализации экотуристских проектов.

Критерии оценивания результатов текущего контроля

1. Оценка прохождения практических занятий производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».
2. Оценка подготовки реферата производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».
3. Оценка выполнения тестовых заданий формируется следующим образом:
 - оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
 - оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
 - оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;
 - оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

Критерии оценивания результатов при проведении промежуточной аттестации

Знания обучающихся оцениваются по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой:

«отлично»,
«хорошо»,

«удовлетворительно»,

«неудовлетворительно».

или 2-балльной шкале при проведении зачета:

«зачтено»,

«не зачтено».

Описание критериев оценивания:

1. «Отлично» или «зачтено»

- а) Обоснованные объемные ответы на вопросы. Обучающийся иллюстрирует выводы фактами, приводит данные из источников.
- б) Обучающийся успешно применяет знание теории для реализации практической части дисциплины. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов.
- в) Обучающийся умеет анализировать и оценивать нюансы тематики, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.

2. «Хорошо» или «зачтено»

- а) Обучающийся дает достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных направлений темы. Ответы обучающегося имеют четкую структуру и логически связаны.
- б) Обучающийся применяет теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, допустимы некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам.
- в) Обучающийся демонстрирует хорошее понимание вопроса, знает основные аспекты тематики. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но допустимы недостаточно глубокие суждения.

3. «Удовлетворительно» или «зачтено»

- а) Ответы на вопросы неполные, не охватывают все стороны тематики и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся делает верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса.
- б) Обучающийся способен использовать теоретические знания в практических заданиях, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения.

в) Обучающийся охватывает большинство основных сторон темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.

4. «Неудовлетворительно» или «не зачтено»

а) Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывает основных направлений темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с вопросом, отсутствует логика изложения. Выводы, представляют простые утверждения без анализа или четкой аргументации.

б) Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практическую плоскость и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются.

в) Ответ обучающегося фрагментарный или отрывочный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали и связи, поверхностный.