

**Негосударственное аккредитованное некоммерческое  
частное образовательное учреждение высшего образования  
«АКАДЕМИЯ МАРКЕТИНГА И СОЦИАЛЬНО-ИНФОРМАЦИОННЫХ  
ТЕХНОЛОГИЙ – ИМСИТ»  
(г. Краснодар)**

**Кафедра технологий сервиса и деловых коммуникаций**

Рассмотрено и одобрено на заседании  
кафедры Технологий сервиса и деловых  
коммуникаций Академии ИМСИТ,  
протокол №8 от 19 марта 2018 года,  
зав. кафедрой, доцент

  
\_\_\_\_\_  
Н.И. Севрюгина

**УТВЕРЖДЕНО**  
Научно-методическим советом академии  
протокол №8 от 16 апреля 2018 года  
**ДЛЯ**  
**ДОКУМЕНТОВ**  
Председатель ИМС,  
проректор по учебной работе,  
профессор  
  
\_\_\_\_\_  
Н.Н. Павелко

**Б1.Б.14 «ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

АННОТАЦИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
по направлению подготовки  
43.03.02 Туризм  
направленность (профиль) программы  
«Организация и технология туроператорских и турагентских услуг»  
Квалификация  
Бакалавр

Краснодар  
2018

<p><b>Цель и задачи изучения дисциплины:</b></p>	<p><b>Цели дисциплины:</b> является формирование у студентов теоретических знаний в области организации туристской деятельности, практических знаний и навыков основных туристских потоков как в международном масштабе, так и в Российской Федерации.</p> <p><b>Задачи дисциплины:</b> - изучить основные организационные подходы к рациональному использованию гостиничного фонда; - изучить основные туристские дестинации в мире и в России; - формировать навыки анализа и интерпретации социальных, экологических и природных процессов; - освоить навыки разработки туристско-рекреационных процессов.</p>
<p><b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b></p>	<p>Место предмета организации туристической деятельности в системе наук. История развития мирового туризма. Роль туризма в мировой экономике. Факторы развития туризма. Цели, функции и задачи туризма. Определение понятий «путешествие», «туризм», «турист», «туристская поездка», «экскурсант», «туристская отрасль». Условия развития туризма. Понятие инфраструктуры туристской отрасли. Особенности туристского потребления. Организационные основы туризма. Теория туристского продукта. Туристская индустрия. Туристские формальности. Туристские ресурсы. Региональный туризм. Туризм и курортное дело. Современное состояние и перспективы развития туризма в РФ. Перспективы развития мирового туризма.</p>
<p><b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:</b></p>	<p>способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2) способностью работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-4) способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-5) способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта</p>

	<p>(ОПК-1)          способностью к разработке туристского продукта (ОПК-2)          способностью организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов (ОПК-3)          способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение (ПК-5)          способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности (ПК-6)          готовностью к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов (ПК-9)          готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий (ПК-10)</p>
<p><b>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b></p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методологические основы «географии туризма»;</li> <li>- структуру основных туристских направлений и значение каждого из них;</li> <li>- методики районирования территорий;</li> <li>- стратегии продвижения каждого туристского направления.</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- воспринимать культуру и обычаи других стран и народов, с терпимостью относиться к национальным, расовым, конфессиональным различиям, способностью к межкультурным коммуникациям в туристской индустрии;</li> <li>- ориентироваться в направлениях и разновидностях туристских потоков;</li> <li>- анализировать турпотоки с точки зрения их востребованности и конкурентоспособности;</li> <li>- применять методики оценки турпотоков</li> <li>- понимать особенности каждой туристской дестинации.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- культурой мышления;</li> <li>- навыками эффективного общения с потребителями туристского продукта;</li> <li>- навыками аргументированного предложения и характеристики того или иного туристского направления.</li> </ul>
<p><b>Формы проведения занятий, образовательные технологии:</b></p>	<p>Лекционные занятия: проблемные лекции, лекция – визуализация, лекция-беседа, лекция - анализ ситуаций.          Практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, метод «круглого стола», метод «коллективной мыслительной деятельности», методы анализа проблемных ситуаций, логико- методологическое проектирование, решение задач.</p>

<b>Используемые инструментальные и программные средства:</b>	Средства проекции (презентации), программированного контроля (тестирования)
<b>Формы промежуточного контроля:</b>	Текущие оценки знаний, тестирование, доклады, самостоятельные работы
<b>Общая трудоемкость изучения дисциплины:</b>	144 ч./4 з.е.
<b>Форма итогового контроля знаний:</b>	экзамен