

Программу составил(и):

дгн, профессор, Елисеева Н.В.

Рецензент(ы):

директор ООО «ГорРемСтрой Управление», г. Краснодар, Феодоров М.Г.; кэн, доцент кафедры экономики и менеджмента Краснодарского филиала ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Хохлова Т.П.

Рабочая программа дисциплины

Сервисная деятельность

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516)

составлена на основании учебного плана:

43.03.02 Туризм

утвержденного учёным советом вуза от 25.12.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра государственного и корпоративного управления

Протокол от 25.12.2023 г. № 5

Зав. кафедрой Мугаева Екатерина Викторовна

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол № 4 от 25.12.2023.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Управление различного рода потоками (заготовок, полуфабрикатов, изделий, финансов, информации), а также направлением трудовых ресурсов, производственных мощностей субподрядчиками, контрагентами и др., осуществляемое в соответствии с принципами логистики, дает возможность из нескольких возможных управленческих решений выбрать то, которое обеспечивает относительно наибольшую эффективность осуществляемой экономической деятельности.
1.2	
Задачи: Задачей изучения дисциплины является подготовка бакалавров к будущей профессиональной деятельности, включающей знания в области сервисной деятельности	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:		Б1.В.ДЭ.15
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Маркетинг в туризме	
2.1.2	Брендинг в сфере туризма	
2.1.3	Менеджмент в туризме	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Сервисная деятельность	
2.2.2	Разработка технологии и проведения экскурсий	
2.2.3	Разработка технологии и проведения экскурсий	
2.2.4	Ценообразование в туризме	
2.2.5	Корпоративное управление в туристической индустрии	
2.2.6	Производственная практика: проектно-технологическая	
2.2.7	Производственная практика: преддипломная практика	
2.2.8	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	

**3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ
и планируемые результаты обучения**

ПК-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

ПК-2.1: Знает как выработать управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя

Знать	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
Уровень 2	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации; <input type="checkbox"/> концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
Уровень 3	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации; <input type="checkbox"/> концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций; <input type="checkbox"/> методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
Уровень 2	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах; <input type="checkbox"/> уметь определять ресурсообеспеченность;
Уровень 3	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах; <input type="checkbox"/> уметь определять ресурсообеспеченность; <input type="checkbox"/> уметь рассчитать параметры складских помещений различного типа;
Владеть	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> определять грузооборот и товарооборот
Уровень 2	<input type="checkbox"/> рассчитывать потребность в транспортных средствах

Уровень 3	<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот
	<input type="checkbox"/>	рассчитывать потребность в транспортных средствах
ПК-2.2: Умеет участвовать в составлении сметы и формировании стоимости туристских услуг		
Знать		
Уровень 1	<input type="checkbox"/>	иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
Уровень 2	<input type="checkbox"/>	иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
	<input type="checkbox"/>	концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
Уровень 3	<input type="checkbox"/>	иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
	<input type="checkbox"/>	концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
	<input type="checkbox"/>	методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь		
Уровень 1	<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
Уровень 2	<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
	<input type="checkbox"/>	уметь определять ресурсообеспеченность;
Уровень 3	<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
	<input type="checkbox"/>	уметь определять ресурсообеспеченность;
	<input type="checkbox"/>	уметь рассчитать параметры складских помещений различного типа;
Владеть		
Уровень 1	<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот
Уровень 2	<input type="checkbox"/>	рассчитывать потребность в транспортных средствах
Уровень 3	<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот
	<input type="checkbox"/>	рассчитывать потребность в транспортных средствах
ПК-2.3: Владеет навыками разработки текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов, изучения обслуживаемых направлений и объемов оказываемых услуг		
Знать		
Уровень 1	<input type="checkbox"/>	иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
Уровень 2	<input type="checkbox"/>	иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
	<input type="checkbox"/>	концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
Уровень 3	<input type="checkbox"/>	иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
	<input type="checkbox"/>	концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
	<input type="checkbox"/>	методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь		
Уровень 1	<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
Уровень 2	<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
	<input type="checkbox"/>	уметь определять ресурсообеспеченность;
Уровень 3	<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
	<input type="checkbox"/>	уметь определять ресурсообеспеченность;
	<input type="checkbox"/>	уметь рассчитать параметры складских помещений различного типа;
Владеть		
Уровень 1	<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот
Уровень 2	<input type="checkbox"/>	рассчитывать потребность в транспортных средствах
Уровень 3	<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот
	<input type="checkbox"/>	рассчитывать потребность в транспортных средствах

ПК-8: Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий	
ПК-8.1: Знает процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг	
Знать	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
Уровень 2	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации; <input type="checkbox"/> концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
Уровень 3	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации; <input type="checkbox"/> концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций; <input type="checkbox"/> методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
Уровень 2	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах; <input type="checkbox"/> уметь определять ресурсообеспеченность;
Уровень 3	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах; <input type="checkbox"/> уметь определять ресурсообеспеченность; <input type="checkbox"/> уметь рассчитать параметры складских помещений различного типа;
Владеть	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> определять грузооборот и товарооборот
Уровень 2	<input type="checkbox"/> рассчитывать потребность в транспортных средствах
Уровень 3	<input type="checkbox"/> определять грузооборот и товарооборот <input type="checkbox"/> рассчитывать потребность в транспортных средствах
ПК-8.2: Умеет выбрать и применить клиентоориентированные технологии туристского обслуживания	
Знать	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
Уровень 2	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации; <input type="checkbox"/> концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
Уровень 3	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации; <input type="checkbox"/> концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций; <input type="checkbox"/> методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
Уровень 2	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах; <input type="checkbox"/> уметь определять ресурсообеспеченность;
Уровень 3	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах; <input type="checkbox"/> уметь определять ресурсообеспеченность; <input type="checkbox"/> уметь рассчитать параметры складских помещений различного типа;
Владеть	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> определять грузооборот и товарооборот
Уровень 2	рассчитывать потребность в транспортных средствах
Уровень 3	<input type="checkbox"/> определять грузооборот и товарооборот <input type="checkbox"/> рассчитывать потребность в транспортных средствах

ПК-8.3: Владеет навыками изучения требований туристов, анализа мотивации спроса на реализуемые туристские продукты	
Знать	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
Уровень 2	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации; <input type="checkbox"/> концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций;
Уровень 3	<input type="checkbox"/> иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации; <input type="checkbox"/> концепции маркетинга, его становление как науки и практики в соответствии с историческими этапами развития общества, функции, цели и принципы маркетинга, методы сбора и анализа маркетинговой информации, приёмы сегментации и позиционирования, методы охвата целевых рынков, разработки товарного предложения и методы маркетинговых коммуникаций; <input type="checkbox"/> методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.
Уметь	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
Уровень 2	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах; <input type="checkbox"/> уметь определять ресурсообеспеченность;
Уровень 3	<input type="checkbox"/> уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах; <input type="checkbox"/> уметь определять ресурсообеспеченность; <input type="checkbox"/> уметь рассчитать параметры складских помещений различного типа;
Владеть	
Уровень 1	<input type="checkbox"/> определять грузооборот и товарооборот
Уровень 2	<input type="checkbox"/> рассчитывать потребность в транспортных средствах
Уровень 3	<input type="checkbox"/> определять грузооборот и товарооборот <input type="checkbox"/> рассчитывать потребность в транспортных средствах

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	Раздел 1. Модуль 1 Концептуальные основы логистики					
1.1	Тема 1. Понятие и история развития логистики /Лек/	4	8	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.2	Логистика и ее место в системе экономических дисциплин /Ср/	4	3	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.3	1. Логистика и ее место в системе экономических дисциплин 2. История развития логистики как науки /Пр/	4	10	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.4	Тема 2. Логистическое управление /Лек/	4	6	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.5	1. Функциональные разделы логистического управления 2. Функции логистического управления 3. Функциональные области логистики /Пр/	4	10	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	
1.6	Тема 3. Материальный и информационный потоки в логистике /Лек/	4	6	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3	

1.7	решение задач по теме: Материальный поток. /Ср/	4	3	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3
Раздел 2. Модуль 2 Функциональные области логистики					
2.1	Тема 5. Транспорт в логистике /Лек/	4	12	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3
2.2	решение задач на тему: обеспеченность транспортом автобазы, потребность в транспорте и специальных машинах складских и производственных предприятий. /Ср/	4	38	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.1 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3
2.3	решение задач на тему: обеспеченность транспортом автобазы, потребность в транспорте и специальных машинах складских и производственных предприятий. /Пр/	4	12	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3
Раздел 3. Контактная работа					
3.1	Экзамен /КАЭ/	4	0,3	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3
3.2	Консультация /Консл/	4	1	ПК-2.1 ПК-2.2 ПК-2.3 ПК-8.1 ПК-8.2 ПК-8.3	Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2Л3.1 Л3.2 Э1 Э2 Э3

5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Цель и задачи курса «Сервисная деятельность».
2. Роль и значимость технологий сервисной деятельности.
3. Технология работы субъектов туристского рынка.
4. Особенности туристского рынка в период переходной экономики.
5. Технология как инструмент конкуренции на туристском рынке.
6. Технология разработки маршрутов по ГОСТу 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг».
7. Технология ценообразования сервисной деятельности.
8. Технология создания оптимальной программы обслуживания.
9. Технология территориальной разработки программы обслуживания.
10. Технология бронирования мест и номеров в гостинице.
11. Технология встречи и размещения туристских групп в гостинице.
12. Технология обеспечения безопасности проживающих в гостинице.
13. Технология организации и проведения выставок, совещаний, конференций, презентаций.
14. Технология организации и проведения корпоративного праздника.
15. Технология предоставления дополнительных услуг в гостинице.
16. Технология предоставления таймшерных услуг.
17. Технология предоставления транспортных услуг.
18. Технология предоставления услуг питания в гостиницах.
19. Технология продвижения туристского продукта.
20. Технология разработки и проведения экскурсии.
21. Технология создания туристского продукта.
22. Технология создания интерьера ресторана.
23. Технология создания бренда.
24. Технология предоставления услуг кейтеринга.
25. Программа маркетингового исследования.
26. Генеральная и выборочная совокупность.
27. Типы выборок.
28. Опрос и его разновидности.
29. Наблюдение как способ получения первичной информации.
30. Технология проведения SWOT-анализа.
31. Задачи технического и технологического оснащения предприятий и учреждений

- социально-культурного сервиса и туризма.
32. Направления технического прогресса в социально-культурном сервисе и туризме.
 33. Использование технических средств в оказании социально-культурных и туристских услуг.
 34. Современные технологии в социально-культурном сервисе и туризме.
 35. Достоинства и недостатки инклюзив-туров и заказных туров.
 36. Различия в программах обслуживания при организации деловых, конгрессных, фольклорно-этнографических туров.
 37. Роль и значимость туристских формальностей в организации туристского обслуживания.
 38. Технология прохождения туристских формальностей.
 39. Взаимосвязь между развитием туристских технологий и ужесточением туристских формальностей.
 40. Роль и значимость ресурсного потенциала в туристской отрасли.
 41. Страны и регионы с богатым ресурсным потенциалом.
 42. Страны и регионы с бедным ресурсным потенциалом.
 43. Технология разработки целевых программ развития туризма.
 44. Технология управления комплексом гостиничных услуг.
 45. Технология питания туристов в гостиничном предприятии.
 46. Технологии управления персоналом в гостиничном предприятии.
 47. Компьютерные системы управления: задачи, функциональный принцип построения, практическая значимость.
 48. Характеристика наиболее распространенных компьютерных систем управления.
 49. Глобальные системы резервирования: задачи, функциональный принцип, практическая значимость.
 50. Варианты работы гостиничного предприятия, туристской фирмы, поставщика услуг и глобальной системы резервирования.

5.2. Темы письменных работ

1. Место и роль рисков в предпринимательской деятельности в гостиничной отрасли
2. Риски в гостиничном бизнесе: понятие, сущность, методы управления
3. Классификация рисков в гостиничном бизнесе.
4. Экономические риски в гостиничном бизнесе.
5. Специфические риски в гостиничном бизнесе.
6. Система управления рисками.
7. Идентификация и анализ рисков в гостиничном бизнесе.
8. Методы оценки рисков.
9. Финансовые риски в гостиничном бизнесе и методы их оценки
10. Методы финансирования рисков.
11. Страхование рисков в гостиничном бизнесе.
12. Риск-менеджмент в гостиничном предприятии.
13. Валютные риски в гостиничном бизнесе.
14. Инвестиционные риски в гостиничном бизнесе.
15. Управление предпринимательским риском в гостиничном бизнесе.
16. Формирование механизма страховой защиты имущественных рисков предприятия
17. Пути взаимодействия гостиничных предприятий и страховых компаний в системе риск-менеджмента.
18. Критерии отбора наилучшего варианта управленческого решения в условиях риска.
19. Математические методы при выявлении и оценке рисков
20. Риск банкротства гостиничного предприятия.

5.3. Фонд оценочных средств

1. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:
 - а. Компаний, приобретающих товары для их дальнейшей реализации
 - б. Фирм-производителей товаров потребительского назначения
 - + в. Покупателей, приобретающих товары для личного пользования
2. Ремаркетинг связан с:
 - + а. Снижающимся спросом
 - б. Возрастающим спросом
 - в. Чрезмерным спросом

3. Основоположник маркетинга:

- а. Альфред Ньюман
- б. Клейтон Кристенсен
- + в. Филип Котлер

Вариант тестов по маркетингу № 1

1. К каналам личной коммуникации можно отнести:

- + а. общение одного лица с аудиторией
- б. прямую почтовую рекламу
- в. рекламу по телевидению
- г. печатную рекламу

2. Тест. Прямой маркетинг - это:

- а. устное представление товара в ходе беседы с одним покупателем
- б. устное представление товара в ходе беседы с группой покупателей
- + в. продажа товаров с помощью почты, телефона, телевидения
- г. благожелательное представление товара в СМИ

3. К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению?

- а. товары импульсной покупки
- б. товары особого спроса
- + в. товары постоянного спроса
- г. товары предварительного выбора
- д. товары пассивного спроса

4. Затраты фирмы на рекламу составляют:

- а. 1 % от суммы продаж
- б. 2-10 % от суммы продаж
- в. 20 % от суммы продаж
- + г. зависит от вида хозяйственной деятельности фирмы

5. Согласно теории мотивации Маслоу в первую очередь индивид желает удовлетворить:

- а. потребность в любви
- б. потребность в безопасности
- + в. физиологические потребности
- г. потребность в саморазвитии

6. Что является главным в определении маркетинг:

- а. сбыт товара

б. снижение издержек производства

+ в. удовлетворение потребностей потребителей

г. установление цены товара

7 - Тест. Главное отличие пропаганды от рекламы в:

а. ее платности

б. ее личном характере

в. ее общественном характере

+ г. она не оплачивается

8. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из:

+ а. пяти элементов

б. шести элементов

в. девяти элементов

г. трех элементов

9. К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи:

а. географическому

+ б. демографическому

в. поведенческому

г. психографическому

10. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:

а. реклама

б. стимулирование сбыта

+ в. обратная связь

г. все перечисленные

Вариант тестов по маркетингу № 2

1. Конкурсы, премии и льготы являются специфическими приемами:

+ а. прямого маркетинга

б. пропаганды

в. рекламы

г. стимулирования сбыта

2. Определите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка:

а. изучение товара

+ б. изучение рынка

в. изучение покупателей

г. изучение конкурентов

3. Технология публичных отношений включает:

- + а. анализ, исследования и постановку задач
- б. разработку программы и сметы
- в. осуществление программы оценку результатов и доработку программы
- г. все вышеперечисленное

Тест. 4. В чем основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынков товаров широкого потребления?

- а. на нем меньше покупателей и они крупнее и профессиональнее
- б. спрос на товары зависит от спроса на товары широкого потребления
- + в. спрос на товары резко меняется

5. К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы:

- + а. кабинетное исследование
- б. панельное исследование
- в. полевое исследование

6. К преимуществам специализированного рекламного агентства можно отнести:

- а. значительный практический опыт агентства
- б. сотрудники заинтересованы в успех мероприятий
- + в. экономию средств
- г. все вышеперечисленное

7. Публичные отношения это:

- а. специализированные выставки
- б. персональные продажи
- + в. связи с общественностью
- г. пропаганда

8. Вы купили машину. К какому виду товара она относится:

- + а. товар личного потребления
- б. товар массового спроса
- в. товар предварительного выбора
- г. товар особого спроса

9. Обратная связь это:

- а. часть откликов покупателей о товаре, которую они доводят до сведения производителя
- + б. набор откликов покупателя, возникших в результате контакта с другими покупателями
- в. процесс, в ходе которого получатель придает значение символам, переданным отправителем
- г. информация, которую отправитель передает получателю

10. Тест. К стимулированию сбыта можно отнести:

- а. конкурсы с подарками
- + б. беспроигрышные лотереи
- в. зачетные купоны, скидки
- г. все вышеперечисленное

Вариант тестов по маркетингу № 3

1. Метод сбора первичной информации это:

- а. эксперимент
- б. работа с научной литературой
- в. работа со статистическими данными
- + г. работа с документацией предприятия

2. Участие в международных выставках позволяет:

- а. снизить издержки производства
- + б. привлечь внимание широкой общественности к достижениям фирмы - создать свой имидж, заключать контракты
- в. стимулировать деловых партнеров
- г. определить эффективность рекламы

3. Несохранимость услуги является проблемой для фирм сферы услуг в условиях:

- а. постоянного спроса
- б. колебания спроса на услуги
- в. колебания предложения услуг
- + г. равновесия между спросом и предложением на услуги

4. Атрибутом позиционирования является:

- + а. количество сотрудников на предприятия
- б. цена
- в. мощность предприятия
- г. широта ассортимента выпускаемой продукции

5. К услугам более применимы следующие средства стимулирования:

- + а. реклама
- б. пропаганда
- в. стимулирование сбыта
- г. личная продажа

6. Нужда становится мотивом совершения покупки, когда:

- + а. человек удовлетворяет ее
- б. она достигает максимального уровня

в. в процессе ее удовлетворения

г. с момента ее появления

7. Стратегия диверсификации это:

а. проникновение на новые рынки со старым товаром

б. проникновение на новые рынки с новым товаром

+ в. включение в производственную программу продуктов, которые не связаны с прежней деятельностью предприятия

8 - Тест. Эффективность «Директ мэйл» составляет:

а. 10 %

б. 20 %

+ в. 15 %

г. 7 %

9. В случае, если потребители знают только название товара, они находятся в состоянии:

+ а. неосведомленности

б. осведомленности

в. благорасположения

г. знания

10. Позиционирование рынка это -:

+ а. определение места для своего товара в ряду аналогов

б. сегментирование рынка

в. широкомасштабная рекламная кампания

Тесты по маркетингу вариант № 4

1. В случае распространения информации по каналам неличной коммуникации отсутствует:

+ а. обратная связь

б. специфическая атмосфера

в. внушение

г. чувство уверенности

2. Рекламируя товар, продавец должен выступать с утверждениями относительно товара, которые:

а. немного преувеличивают его реальные свойства

+ б. достоверно отражают его свойства

в. не соответствуют его реальным свойствам

г. менее всего расхваливают данный товар

3. На этапе роста затраты на маркетинг:

а. относительно высокие

+ б. сокращаются

в. высокие

г. низкие

4. Реклама выступает как:

а. средство живого общения с покупателями

+ б. способ диалога с аудиторией

в. средство увещевания

г. средство установления тесных контактов с потребителями

Тест - 5. В чем основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынков товаров широкого потребления?

+ а. на нем меньше покупателей и они крупнее и профессиональнее

б. спрос на товары зависит от спроса на товары широкого потребления

в. спрос на товары резко меняется

6. Назовите правильную последовательность жизненного цикла товара:

а. рост, зрелость, выведение, спад

+ б. внедрение, зрелость, рост, спад

в. внедрение, рост, зрелость, спад

7. «Директ мейл» (прямая рассылка) не эффективен, если:

а. обслуживается постоянная клиентура

б. рекламируются товары массового потребителя

+ в. фирма не имеет собственного отдела рассылки

г. адресная база включает свыше пятисот адресов

8. Какой тип вопроса в анкете более сложен, но обеспечивают получение большего количества информации?

+ а. открытый

б. закрытый

в. вопросы равнозначны

9 тест. Товарный тип организации службы маркетинга можно рекомендовать организациям:

+ а. подразделения которых располагаются на обширной территории

б. производящих широкую номенклатуру продукции

в. когда ассортимент продаваемых фирмой товаров невелик

10. На этапе внедрения прибыль предприятия:

+ а. максимальная

б. минимальная

в. = 0

г. средняя

5.4. Перечень видов оценочных средств

Перечень видов и форм контроля дисциплины:

- выполнение учебных индивидуальных заданий в ходе практических занятий;
- контрольный опрос (устный);
- выполнение тестового задания;
- письменная фиксация информации в виде записей, конспектирования, делового письма, а также в виде докладов, рефератов, тезисов и т.п.

Задания со свободно конструируемым ответом (СКО) предполагает составление развернутого ответа на теоретический вопрос. Задание с выбором одного варианта ответа (ОВ, в задании данного типа предлагается несколько вариантов ответа, среди которых один верный. Задания со свободно конструируемым ответом (СКО) предполагает составление развернутого ответа, включающего полное решение задачи с пояснениями.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Федоров Л.С.	Транспортная логистика: Монография	Москва: Русайнс, 2020, URL: https://www.book.ru/book/934964
Л1.2	Тяпухин А. П.	Логистика. Управление цепями поставок: Учебник	Москва: КноРус, 2021, URL: https://book.ru/book/936321
Л1.3	Стукалова И. Б., под ред., Сидорчук Р. Р., под ред., Сагинова О. В., под ред., Сейфуллаева М. Э., под ред., Зайцева Н. А., под ред., Чухлебов А. А., Чкалова О. В., Цимбаев В. В., Рыкалина О. В., Эльяшевич И. П., Шпилева А. А., Скоробогатых И. И., Лукина А. В., Быкова О. Н., Азоев Г. Л., Мхитарян С. В., Зайцева А. С., Данченко Л. А., Гарнов А. П., Ларин О. Н.	Развитие экономических систем в цифровой экономике: маркетинг, сфера услуг, логистика: Монография	Москва: Русайнс, 2020, URL: https://book.ru/book/939356
Л1.4	Немова А. В., Вазим А. А., Антошкина А. В.	Логистика: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2021, URL: https://book.ru/book/940173
Л1.5	Попов П.В., Мирецкий И.Ю.	Логистика: модели и методы: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2021, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=368255
Л1.6	Карпова С.В., Арский А.А.	Логистика: практикум для бакалавров: Учебное пособие	Москва: Вузовский учебник, 2021, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=386380
Л1.7	Зайцева Н. А., Шуравина Д. Б.	Безбарьерный туризм: Учебное пособие	Москва: КноРус, 2024, URL: https://book.ru/book/949925
Л1.8	Казаков С.П.	Влияние социальных медиа на поведение потребителей в индустрии гостеприимства и в туризме: Монография	Москва: Издательский Центр РИО, 2024, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=432322
Л1.9	Селиванов В.В.	Рекреационный туризм: крымские перспективы: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=434433

6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Иванов М.Ю., Иванова М.Б.	Логистика: Учебное пособие	Москва: Издательский Центр РИО, 2020, URL: http://znanium.com/catalog/document?id=355909
Л2.2	Кошелева А.И., Лебедева О.Е., Пониматкина Л.А., Астафьева О.А.	Операционный менеджмент в сфере туризма и гостеприимства: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=438757
6.1.3. Методические разработки			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Орловская В.П.	Технология и организация предприятия туризма: Учебник	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=418233
Л3.2	Зайцева Н.А.	Менеджмент в сервисе и туризме: Учебное пособие	Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2023, URL: https://znanium.com/catalog/document?id=422761
6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы			
Э1	1. – Федеральное агентство по туризму Российской Федерации. Официальный сайт, содержит нормативно-правовые акты и статистические материалы по туризму в РФ. - Режим доступа: www.russiaturism.ru		
Э2	2. – Вестник национальной академии туризма, журнал. Включен в перечень ВАК, в базу РИНЦ, в базу Agris. - Режим доступа: www.nat-moo.ru		
Э3	3. – Лаборатория компьютерных технологий ДВГИ ДВО РАН. - Режим доступа: www.fegi.ru		
6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства			
6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS Операционная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021		
6.3.1.2	7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
6.3.1.3	1С:Предприятие 8. Комплект 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)		
6.3.1.4	Kaspersky Endpoint Security 11 Kaspersky Endpoint Security 11 для Windows Договор № ПР-00037842 от 4 декабря 2023 г. (ООО Прима АйТи)		
6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем			
6.3.2.1	Кодекс – Профессиональные справочные системы https://kodeks.ru		
6.3.2.2	РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии https://www.gost.ru/portal/gost/		
6.3.2.3	ИСО Международная организация по стандартизации https://www.iso.org/ru/home.html		
6.3.2.4	Консультант Плюс http://www.consultant.ru		

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)			
Ауд	Наименование	ПО	Оснащение
410	Лаборатория "Аналитика и цифровизация бизнес-процессов". Помещение для проведения занятий семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной	Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS SQL Server 2019 MS SQL Server Management Studio 18.8 MS Visio Pro 2016 MS Visual Studio Community Edition	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя 20 компьютеров A320M-H-CF/AMD Athlon 3000G/DDR4-2666-8Гб/A-DATA SX6000LNP/AMD RADEON Vega3/Realtek PCI-E GBE 20 мониторов Samsung S24R350FHI 23.8" 20 комплектов клавиатура + мышь (USB) 1 неуправляемый коммутатор TP-LINK TL-SG1024D

	аттестации.	Blender Gimp Maxima Oracle VM VirtualBox StarUML V1 PostgreSQL IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Eclips Adobe Reader DC Embarcadero RAD Studio XE8 Arduino Software (IDE) NetBeans IDE ZEAL	
407	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	40 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
Читальный зал	Информационно-библиотечный центр (помещение для самостоятельной работы обучающихся)	7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS Visio Pro 2016 Visual Studio Code Blender Gimp Maxima IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Adobe Reader DC MS Office Standart 2007 Windows 10 Pro	Стол - 20 шт., стул - 20 шт., рабочее место сотрудника - 2 шт., персональный компьютер с выходом в интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду академии – 17 шт., многофункциональное устройство – 2 шт.
401	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	60 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
402	Помещение для	7-Zip	36 посадочных мест, преподавательское место, доска,

	проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Яндекс Браузер LibreOffice	мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
403	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	28 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
404	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	75 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор, переносной ноутбук
406	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	52 посадочных места, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор, переносной ноутбук
408	Помещение для проведения занятий лекционного	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	30 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук

	типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.		
409	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
410а	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.		12 посадочных мест, преподавательское место
412	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	22 посадочных места, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
114а	Компьютерный класс	Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape	Стол - 20 шт., стул - 22 шт., рабочее место преподавателя – 1 шт., персональный компьютер с выходом в интернет - 21 шт., доска учебная – 1 шт., многофункциональное устройство – 1 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., проекционный экран – 1 шт., интерактивная доска WR-84A10 с проектором ViewSonic PS501X - 1 шт., соответствующее программное обеспечение

		Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS SQL Server 2019 MS SQL Server Management Studio 18.8 MS Visio Pro 2016 MS Visual Studio Community Edition Visual Studio Code Blender Gimp Maxima Oracle VM VirtualBox PostgreSQL IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Eclips Adobe Reader DC NetBeans IDE ZEAL Klite Mega Codec Pack MS Office Standart 2010	
123	Компьютерный класс	Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS SQL Server 2019 MS SQL Server Management Studio 18.8 MS Visio Pro 2016 MS Visual Studio Community Edition Visual Studio Code Blender Gimp Maxima StarUML V1 PostgreSQL IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Eclips Adobe Reader DC Arduino Software (IDE) NetBeans IDE ZEAL ARIS Express Archimate Klite Mega Codec Pack Ramus Educational Micro-Cap Evaluation gvSIG Desktop Python	Стол - 20 шт., стул - 21 шт., рабочее место преподавателя – 1 шт., персональный компьютер с выходом в интернет - 21 шт., доска учебная – 1 шт., многофункциональное устройство – 1 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., проекционный экран – 1 шт., соответствующее программное обеспечение

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение обучающимися учебной дисциплины складывается из контактной работы, включающей занятия семинарского типа (практические занятия, коллоквиумы, итоговое занятие), а также самостоятельной работы.

Контактная работа с обучающимися предполагает проведение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Для подготовки к занятиям практического типа обучающийся должен:

- ознакомиться с планом занятия;
- проработать учебный материал (учебная и научная литература по планам практических занятий);
- составить конспект по теме занятия.

Самостоятельная работа обучающихся является составной частью обучения и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний, выполнение учебных заданий, подготовку к предстоящим занятиям, текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации.

Выполнение домашних заданий осуществляется в форме:

- работы с учебной, учебно-методической и научной литературой, конспектами обучающегося: чтение, изучение, анализ, сбор и обобщение информации, её конспектирование и реферирование,
- подготовки (разработки) схем, таблиц, слайдов, выполнения иных практических заданий.

Текущий контроль успеваемости обучающихся по дисциплине осуществляется в ходе проведения отдельного вида занятия – коллоквиума. Текущий контроль включает в себя текущий тематический контроль, текущий рубежный (модульный) контроль и текущий итоговый контроль.

Для подготовки к текущему тематическому контролю обучающимся следует изучить учебный материал по теме занятия или отдельным значимым учебным вопросам, по которым будет осуществляться опрос.

Для подготовки к текущему рубежному (модульному) контролю и текущему итоговому контролю обучающимся следует изучить учебный материал по наиболее значимым темам и (или) разделам дисциплины в семестре.

Промежуточная аттестация в форме экзамена по дисциплине проводится на основании результатов текущего контроля успеваемости обучающегося в семестре.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа обучающихся имеет большое значение в формировании профессиональных компетенций будущего бакалавра. Самостоятельная работа — одна из важнейших форм овладения знаниями. Но самостоятельная работа требует известных навыков, умения. Наибольшую пользу она приносит тогда, когда обучающийся занимается систематически, проявляет трудолюбие и упорство. На основе самостоятельно приобретенных знаний формируются твердые убеждения обучающегося и умение отстаивать их. А это — самое главное в овладении любой наукой.

Самостоятельная работа включает многие виды активной умственной деятельности обучающегося: слушание лекций и осмысленное их конспектирование, глубокое освоение источников и литературы, консультации у преподавателя, написание реферата, подготовка к семинарским занятиям, экзаменам, самоконтроль приобретаемых знаний и т.д. Форма текущего контроля знаний – работа обучающегося на семинарском занятии. Форма промежуточных аттестаций – письменная (домашняя) работа по проблемам изучаемой дисциплины. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – экзамен. Самостоятельная работа по дисциплине представляет собой способ организации контроля знаний, предполагающий выполнение заданий в присутствии преподавателя с минимальными ограничениями на время выполнения и использование вспомогательных материалов.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики, уровня сложности, уровня умений обучающихся.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы могут быть: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы); составление плана текста; графическое изображение структуры текста; конспектирование текста; выписки из текста; работа со словарями и справочниками; ознакомление с нормативными документами; учебно-исследовательская работа; использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета; для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции (обработка текста); повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио- и видеозаписей); составление плана и тезисов ответа; составление таблиц для систематизации учебного материала; освоение карт и других материалов; ответы на контрольные вопросы; аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, контент-анализ и др.).

Самостоятельная работа обучающихся в компьютерном классе включает следующие организационные формы учебной деятельности: работа с электронным учебником, просмотр видеолекций, работа с компьютерными тренажерами, компьютерное тестирование, изучение дополнительных тем занятий, выполнение домашних заданий, выполнение курсовых работ по дисциплине.

Примерные формы выполнения самостоятельной работы: подготовка сообщений к выступлению на семинаре, конференции; подготовка рефератов, докладов; составление библиографии, тематических кроссвордов; тестирование и др.; выполнение чертежей, схем и т.д., разработка и выполнение индивидуального проекта.