

Документ подписан простой электронной подписью

Информационно-образовательное учреждение высшего образования
Негосударственное аккредитованное некоммерческое частное образовательное учреждение высшего образования

ФИО: Агабекян Раиса Левоновна

образования

Должность: ректор «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»

Дата подписания: 07.05.2024 15:55:26

(г. Краснодар)

Уникальный программный ключ:

(НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ)

4237c7ccb9b9e111bbaf1f4fcd9201d015c4dbaa123ff774747307b9b9fbcbe

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе,

доцент Севрюгина Н.И.

25.12.2023

Б1.В.ДЭ.15.02

Стандарты и технологии обслуживания туристов

Аннотация к рабочей программе дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Кафедра государственного и корпоративного управления
Учебный план	43.03.02 Туризм
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная
Программу составил(и):	дгн, профессор, Елисеева Н.В.

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	16 1/6			
Неделя	16 1/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,3	0,3	0,3	0,3
Консультации перед экзаменом	1	1	1	1
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	65,3	65,3	65,3	65,3
Сам. работа	44	44	44	44
Часы на контроль	34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

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	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:	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 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 туриндустрии
2.2.6	Производственная практика: проектно-технологическая
2.2.7	Производственная практика: преддипломная практика
2.2.8	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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-8: Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий

Планируемые результаты обучения (показатели освоения индикаторов компетенций)

ПК-8.1: Знает процессы обслуживания потребителей на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг

Знать:

- иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
- иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
- 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;
- иметь представление о роли логистики в экономике и в обществе в целом, о методах управления логистическими процессами, системе поставок и логистической информации;
- 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;
- методы оценки эффективности маркетинговой деятельности.

Уметь:

- уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
- уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
- уметь определять ресурсообеспеченность;
- уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
- уметь определять ресурсообеспеченность;
- уметь рассчитать параметры складских помещений различного типа;

Владеть:

<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот
<input type="checkbox"/>	рассчитывать потребность в транспортных средствах
<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:	
<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"/>	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"/>	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:	
<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
<input type="checkbox"/>	уметь определять ресурсообеспеченность;
<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:	
<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот
<input type="checkbox"/>	рассчитывать потребность в транспортных средствах
<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:	
<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"/>	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"/>	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:	
<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
<input type="checkbox"/>	уметь определять ресурсообеспеченность;
<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:	
<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот

<input type="checkbox"/>	рассчитывать потребность в транспортных средствах
<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот
<input type="checkbox"/>	рассчитывать потребность в транспортных средствах
ПК-2.1: Знает как выработать управленческие решения на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя	
Знать:	
<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"/>	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"/>	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:	
<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
<input type="checkbox"/>	уметь определять ресурсообеспеченность;
<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:	
<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот
<input type="checkbox"/>	рассчитывать потребность в транспортных средствах
<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:	
<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"/>	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"/>	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:	
<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
<input type="checkbox"/>	уметь анализировать потребность предприятия в ресурсах, сырье, материалах;
<input type="checkbox"/>	уметь определять ресурсообеспеченность;
<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:	
<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот
<input type="checkbox"/>	рассчитывать потребность в транспортных средствах
<input type="checkbox"/>	определять грузооборот и товарооборот

