**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**
**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
**Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС**

УТВЕРЖДЕНО
Директор Среднерусского института
управления – филиала РАНХиГС
П.А. Меркулов

Электронная подпись

Щеголев Александр Владимирович

Подписан: Щеголев Александр Владимирович
DN: C=RU, S=Орловская область, T=исполняющий обязанности директора, OU="СРЕДНЕРУССКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ - ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "" РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ"""", O="ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ""РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ""", СНИЛС=13950729986, ИНН=575208091607, E=it@orel.ranepa.ru, G=Александр Владимирович, SN=Щеголев, CN=Щеголев Александр Владимирович
Основание: я подтверждаю этот документ своей удостоверяющей подписью
Местоположение: Среднерусский институт управления

**ПРОГРАММА БАКАЛАВРИАТА**

**ТУРИЗМ**
*(наименование образовательной программы)*

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
## реализуемой без применения электронного (онлайн) курса

Б1.В.09.01 Продвижение туристского продукта
*(код и наименование РПД)*

43.03.02 Туризм
*(код, наименование направления подготовки/специальности)*

заочная
*(форма(формы) обучения)*

Год набора – 2022 г.

**Автор(ы)-составитель(и):**

Доцент кафедры пищевых технологий, сервиса, торгового и таможенного дела, к.э.н., доцент Макарова Т.Н.

Заведующий кафедрой пищевых технологий, сервиса, торгового и таможенного дела, к.б.н., доцент Меркулова Е.Г.

РПД «Продвижение туристского продукта» одобрена на заседании кафедры пищевых технологий, сервиса, торгового и таможенного дела.

Протокол от 11.05.2022 № 1.

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
6. Методические материалы для освоения дисциплины
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
7.1. Основная литература
7.2. Дополнительная литература
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация
7.4. Интернет-ресурсы
7.5. Иные источники
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы**

**1.1.** Дисциплина Б1.В.09.01 Продвижение туристского продукта обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код компонента компетенции | Наименование компонента компетенции |
|---|---|---|---|
| ПК-7 | Способен к продвижению туристского продукта с использование современных технологий | ПК-7.1 | Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта |
| | | ПК-7.2 | Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний |

**2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО**

Общий объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, то есть 180 академических часов.

На контактную работу с преподавателем выделено 18 часов, из них 6 часов лекций и 12 часов практических занятий, на самостоятельную работу обучающихся выделено 153 часа для заочной формы обучения.

Дисциплина Б1.В.09.01 «Продвижение туристского продукта» включена в часть, формируемую участниками образовательных отношений основной образовательной программы. Дисциплина изучается на 5 курсе для студентов заочной формы обучения.

Освоение дисциплины Б1.В.09.01 «Продвижение туристского продукта» происходит после освоения дисциплин Б1.О.08 «Маркетинг», Б1.О.17 «Организация туристской деятельности». Изучение дисциплины заканчивается экзаменом.

**3. Содержание и структура дисциплины**

**3.1. Структура дисциплины**

***Заочная форма обучения***

| **№ п/п** | **Наименование тем и/или разделов** | **Объем дисциплины (модуля), час.** | | | **Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной** |
|---|---|---|---|---|---|
| | | **Всего** | **Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий** | СРО | |

| | | | Л/ДОТ | ЛР/ДОТ | ПЗ/ДОТ | КСР | | аттестации** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Тема 1 | Особенности планирования мероприятий по продвижению туристских продуктов | 42 | 1 | | 3 | | 38 | О, К, КС |
| Тема 2 | Комплекс мероприятий по продвижению туристского продукта | 44 | 2 | | 3 | | 39 | СЗ, К |
| Тема 3. | Организация отдела продаж и отдела рекламы по продвижению турпродукта в турфирме | 42 | 1 | | 3 | | 38 | СЗ,К |
| Тема 4. | Оценка эффективности мероприятий по продвижению турпродукта, и разработка мероприятий по корректировке рекламных кампаний | 43 | 2 | | 3 | | 38 | СЗ,К |
| Промежуточная аттестация | | 9 | | | | | | Э |
| **Всего:** | | 180 | 6 | | 12 | | 153 | 9 |

*Формы заданий текущего контроля успеваемости (контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол) и т.п.) и виды учебных заданий (эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д), ситуативные задачи (СЗ), проект (П) и др.), с применением которых ведется мониторинг успешности освоения образовательной программы обучающимися*

### 3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Особенности планирования мероприятий по продвижению туристских продуктов

Технология проектирования тура. Содержание этапа формирования туров. Сбыт туристского продукта. Особенности личной продажи туристского продукта.

Тема 2. Комплекс мероприятий по продвижению туристского продукта.

Формирование сбытовой политики. Внутренние и внешние каналы сбыта. Экскурсионное обслуживание, как элемент продвижения турпродукта. Ценообразование турпродукта.

Тема 3. Организация отдела продаж и отдела рекламы по продвижению турпродукта в турфирме

Функциональное назначение и структура отдела продаж (реализации турпродукта) турфирмы. Функции, выполняемые отделом продаж турфирмы.

Тема 4. Оценка эффективности мероприятий по продвижению турпродукта, и разработка мероприятий по корректировке рекламных кампаний

Методы оценки эффективности рекламной кампании и сбытовой стратегии турфирмы. Современные методы продвижения турпродукта. Разработка и внедрение сбытовой политики турфирмы.

**4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

**4.1.** В ходе реализации дисциплины используются следующие **методы текущего контроля успеваемости** обучающихся:

| Тема и/или раздел | Методы текущего контроля успеваемости |
|---|---|
| Тема 1. Особенности планирования мероприятий по продвижению туристских продуктов | Круглый стол «Методы продвижения товаров и услуг»<br>Опрос<br>Контрольная работа |
| Тема 2. Комплекс мероприятий по продвижению туристского продукта | Практические занятия «Формирование сбытовой политики турфирмы», «Ценовая политика турфирмы»<br>Контрольная работа |
| Тема 3. Организация отдела продаж и отдела рекламы по продвижению турпродукта в турфирме | Практические занятия «Оценка организационной структуры отдела продаж турфирмы», «Функции структурных подразделений турфирм»<br>Контрольная работа |
| Тема 4. Оценка эффективности мероприятий по продвижению турпродукта, и разработка мероприятий по корректировке рекламных кампаний | Практические занятия «Расчет эффективности рекламной кампании турфирмы», «Разработка методов продвижения турпродукта на рынок»<br>Контрольная работа |

**4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

**Примерные варианты практических (ситуационных) заданий для проведения экзамена**

1. Возьмите для примера два каких-либо туристских продукта (тура) российского рецептивного туроператора и проведите оценку их потребительских свойств. Сделайте выводы по каждому туру и сравните их. Проанализируйте, от чего зависят конкретные потребительские свойства каждого продукта.
2. Произведите экспертную оценку оптимальности обслуживания туристов на исследуемых турах. В каком случае предлагается более оптимальная программа? От каких факторов производства это зависит?
3. Разработайте план-программу обеспечения гостеприимства на каждом из исследуемых туров.
4. Предложите маркетинговые мероприятия для продвижения туристского продукта.
5. Рассчитаете экономический эффект от разработанной рекламной кампании.

**Примерная тематика контрольных работ**

1. Проблемы эффективного планирования туристского продукта.
2. Маркетинговое планирование рынка туристских товаров.
3. Факторы производства туристского продукта: природные и культурно-исторические, людские, капитальные ресурсы туристского продукта.
4. Туристское предложение: сущность, первичное (первоначальное) и производное предложение.
5. Маркетинговый подход в выборе исходного турпродукта.
6. Опытный подход в выборе исходного турпродукта.
7. Исходные данные вида турпродукта, выбранного к созданию.
8. Технологические этапы разработки тура.
9. Технологическая документация тура.
10. Программа обслуживания туристов.
11 Экспериментальная проверка тура.
12. Особенности современного туристского продукта России.

**Примерная тематика рефератов**

1. Классификация туристических продуктов.

2. Требования к качеству туристского продукта.
3. Проблемы качества туристского продукта.
4. Условия создания качественного сервиса на туристском предприятии (правила организации эффективного сервиса).
5. Комфорт как ключевой инструмент в создании качественного туристского продукта.
6. Сертификация туристского продукта.
7. Туристский пакет как наиболее популярная форма реализации туристического продукта.
8. Турпакет и факторы, влияющие на его создание.
9. Отличия туристского продукта туристских услуг.
10. Тур как первичная единица туристского продукта.
11. Классификации туров.

**Примерная тематика вопросов для письменного опроса**

1. Содержание и этапы формирования туров.
2. Этапы формирование сбытовой политики.
4. Ценообразование турпродукта.
5. Функциональное назначение и структура отдела продаж (реализации турпродукта) турфирмы.
6. Функции, выполняемые отделом продаж турфирмы.
7. Методы оценки эффективности рекламной кампании и сбытовой стратегии турфирмы.
8. Современные методы продвижения турпродукта.

***5.* Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине**

**5.1. Зачет проводится** с применением следующих методов (средств).

Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачет в устной форме.

### 5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

| Компонент компетенции | Промежуточный/ключевой индикатор оценивания | Критерий оценивания |
|---|---|---|
| ПК-7.1 | Способен осуществлять проведение мероприятий по продвижению туристского продукта | На высоком уровне осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта |
| ПК-7.2 | Способен осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний | На высоком уровне осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний |

### Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Задание 1. Потребитель заинтересован в приобретении тура, ощутимой выгодой для него является скидка в размере 4-7 % при цене тура 38 тыс. руб.

1. Определите минимальную сумму скидки.
2. Определите максимальную сумму скидки.
3. Какую скидку следует предложить клиенту?

Задание 2. За неделю турфирму посещают в среднем 35 чел., «пик» посещений приходится на пятницу (28 % от общего числа посетителей).

Определите продажи услуг фирмы в этот день, если известно, что средняя цена тура составляет 22 тыс. руб.

Задание 3. Для оценки обслуживания клиентов туристическая фирма использует показатели продаж и рентабельности.

Таблица 1

| Показатели | Прошлый год | Отчетный год | Отклонение (+,-) |
|---|---|---|---|
| Продажи услуг, млн. руб. | 4,5 | 4,8 | |
| Прибыль предприятия, млн. руб. | 0,8 | 0,88 | |
| Рентабельность продаж, % | | | |

1. Определите рентабельность продаж фирмы.
2. Определите отклонения показателей.
3. Сформулируйте вывод об эффективности деятельности фирмы

Задание 4. Определите емкость рынка туристских услуг, если известно, что количество потенциальных клиентов составляет 20 тыс. чел., среднее число поездок в год на каждого клиента – 1, средняя стоимость одного тура 15,6 тыс. руб.

Задание 5. Общая емкость туристского рынка региона составляет 560 млн. руб. Три крупные компании реализуют туров в год на суммы 88 млн. руб., 92 млн. руб. и 115 млн. руб., мелкие предприятия продают услуг на сумму 240 млн. руб.

Определите сумму продаж анализируемой фирмы и ее долю на рынке туристских услуг региона.

Задание 6. Фирма работает на рынке туристских услуг длительное время, целевые потребители – люди со средним доходом, заинтересованные в определенном уровне комфорта при соблюдении рационального соотношения «качество услуг/цена услуг». Определите численность целевого сегмента фирмы, если известно, что в общей численности потенциальных клиентов 690 тыс. чел., доля людей со средним доходом составляет 46 %. Из числа потребителей со средним доходом 79 % заинтересованы в комфорте и обращают внимание на ценовой фактор.

### Шкала оценивания.

| Оценка | Требования к знаниям |
|---|---|
| «отлично» / «зачтено» | В процессе обучения и при промежуточной аттестации демонстрирует все те критерии, которые необходимы для оценки «хорошо», а также дополнительно показывает знания мероприятий по продвижению и оценке их эффективности. Студент способен выстраивать последовательную и крепкую аргументацию своей позиции, приводить факту и доводы в ее защиту. |
| «хорошо» / «зачтено» | В процессе обучения и при промежуточной аттестации демонстрирует знания основных мероприятий продвижения туристского продукта. Способен выбрать наиболее эффективные каналы распространения информации. Аргументирует свою позицию. Вместе с тем может допускать некоторые незначительные ошибки в корректировке мероприятий. |
| «удовлетворительно» / «не зачтено» | Оценка «удовлетворительно» выставляется в случае, если студент в целом смог продемонстрировать общие знания мероприятий, каналов, оценочных критериев продвижения туристского продукта. При этом чувствуется неполнота знаний, при аргументации могут допускаются ошибки. Студент испытывает сложности с критическим восприятием информации. |
| «неудовлетворительно» / «не зачтено» | Оценка «неудовлетворительно» выставляется в случае демонстрации обрывочных знаний. Студент не понимает причинно-следственные связи, не знает основные направления работы с продвижением туристского продукта. Допускает грубые ошибки, отсутствуют навыки анализа и поиска информации, ее критического восприятия. |

## 6. Методические материалы по освоению дисциплины

**Подготовка к лекциям**

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Ежедневной учебной работе студенту следует уделять 9–10 часов своего времени, т.е. при шести часах аудиторных занятий самостоятельной работе необходимо отводить 3–4 часа. Каждому студенту следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

**Самостоятельная работа на лекции.**

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

**Подготовка к практическим занятиям.**

Подготовку к каждому практическому занятию каждый студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или 10 письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

**Структура практического занятия**

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы может практическое занятие состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.

4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.

5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

**Работа с литературными источниками**

В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме практического занятия, что позволяет студентам проявить свою индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

## 7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

### 7.1. Основная литература

1. Диянова, С. Н. Маркетинг сферы услуг : учебное пособие / С. Н. Диянова, А. Э. Штезель. - Москва : Магистр : Инфра-М, 2019. - 192 с. - ISBN 978-5-9776-0240-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/999987

2. Козлова, В. А. Реклама в туризме : учебно-методическое пособие / В. А. Козлова. - Орел : МАБИВ, 2018. - 126 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1514361

### 7.2. Дополнительная литература

1. Валеева, Е.О. Современные технологии организации туристской деятельности / Е.О. Валеева; лит. ред. Т. Доронина. – Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2015. – 194 с.

2. Маркетинг в туристской индустрии / под ред. Ю.П. Кожаева. – Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 303 с.

3. Сухов, Р.И. Организация туристской деятельности / Р.И. Сухов. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. – 267 с.

### 7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru, свободный.

2. Официальный интернет-портал правовой информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pravo.gov.ru/ips, свободный.

3. Официальный сайт компании «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/, свободный.

4. Портал государственных услуг Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gosuslugi.ru/, свободный.

**7.4. Интернет-ресурсы**

1. Гильдия маркетологов: объединение специалистов в области маркетинга// Режим доступа: https://www.marketologi.ru/, свободный

2. Министерство экономического развития РФ // Режим доступа: http://economy.gov.ru/minec/main, свободный

3. Российская Ассоциация маркетинга (РАМ): Федеральный образовательный портал: Экономика, социология, менеджмент// Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/text/16079995, свободный

4. Обучающий сайт «Международная туристическая сеть «География», Режим доступа http://www.geograftour.com/, свободный

5. Федеральный портал Российское образование// Режим доступа: http://www.edu.ru/, свободный

**7.5. Иные источники.**

1. Семенова Е.Е. Фонд оценочных средств по дисциплине «Организация туроперейтинга»: учебно-методическое пособие. – ОрелГУЭТ, 2017 – 78с.

2. Семенова Е.Е. Методические указания по выполнению контрольных работ по дисциплине «Продвижение туристского продукта» [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие. – ОрелГУЭТ, 2019, 180Кбайт

3. Семенова Е.Е. Практикум (сборник задач и кейсов) для проведения практических занятий по дисциплине «Организация туроперейтинга»: учебно-методическое пособие. – ОрелГУЭТ, 2019 – 62 с.

4. Учебно-методическое пособие для самостоятельной работы по дисциплине «Продвижение туристского продукта»: учебно-методическое пособие/Е.Е. Семенова. – Орел: ОрелГУЭТ, 2019-20с.

**8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

| **Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы** | **Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы** |
|---|---|
| Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Учебная мебель, проекционное оборудование, компьютер, доска, |
| Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, лабораторных занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Учебная мебель, проекционное оборудование, компьютер, доска. |
| Компьютерный класс (аудитория для выполнения самостоятельной работы) /Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации | Учебная мебель, проекционное оборудование, компьютеры, доска. |

| | |
|---|---|
| Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования | Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования. |

**Программное обеспечение**

| **Наименование программного обеспечения** | **Назначение и тип лицензии программного обеспечения** |
|---|---|
| 7-Zip | Архиватор с высокой степенью сжатия<br>Свободная лицензия |
| Adobe reader – Russian | Просмотр, печать и внесение аннотаций в документы PDF.<br>Свободная лицензия |
| Adobe Acrobat Reader DC– Russian | Чтение, печать и рецензирование файлов PDF.<br>Свободная лицензия |
| Yandex Браузер | Браузер<br>Свободная лицензия |
| Office Professional Plus 2007<br>Office Professional Plus 2010<br>Office Standard 2007<br>Office Standard 2010<br>Office Standard 2013 | Пакет офисных приложений. Лицензированная версия |
| Консультант Плюс | Справочно-правовая система |