



**Высшая Школа
Управления**

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего
образования «Высшая школа управления» (ЦКО)
(НОЧУ ВО «Высшая школа управления» (ЦКО))

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Технологии продаж в индустрии туризма

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки

«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Квалификация выпускника

«Бакалавр»

Форма обучения

Очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры
Кафедра таможенного дела,
внешнеэкономической деятельности и туризма
«28» августа 2024, протокол №1
Заведующий кафедрой к.э.н., проф.
М.В. Родченков

г. Москва, 2024

1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «**Технологии продаж в индустрии туризма**» является формирование у студентов системы знаний об экономической стороне технологии продаж туристических услуг, системы маркетинга, анализа продаж туристических продуктов, характерных для сферы туризма в России, а также приобретение умений по выявлению, созданию и удовлетворению потребностей потребителей турпродукта.

Для реализации поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- дать понимание основ создания и функционирования системы продаж;
- сформировать у студентов комплекс знаний о процессах обслуживания клиентов;
- подготовить студентов к практическому использованию маркетинговых средств в продажах;
- повысить коммуникативную компетентность студентов;
- раскрыть методы и приёмы ведения продаж на внутренних и международных рынках;
- овладеть комплексом знаний и практических навыков по использованию современных технологий и эффективных техник продаж туристического продукта продаж;
- выработать навыки работы в использовании современных приемов продаж; развить у студентов профессиональные навыки менеджеров по продажам туристических услуг.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений и направлена на изучение технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов.

Она базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «Маркетинг в туризме», «Бизнес-планирование и экономический анализ деятельности предприятий индустрии туризма», «. Проект: Разработка проекта для организации индустрии туризма», «Организация туристской деятельности» и др.

Дисциплина «Технологии продаж» является предшествующей для следующих дисциплин: «Технологии туристской деятельности», «Инновации в туризме» и др.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей(их) компетенции(й):

ПКУВ-4.1	Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста
ПКУВ-4.2	Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг
ПКУВ-4.3	Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов
ПКУВ-6.1	Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта
ПКУВ-6.2	Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы.

Общая трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

		Формы контроля (количес тво)	Виды занятий					Итого часов	з.е.
			Эк	Лек	Пр	КРАт	Контро ль		
Курс 3	Сем. 6	1	17	17	0.35	35.65	38	108	3

Объем дисциплины и виды учебной работы по очно-заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)		Виды занятий					Итого часов	з.е.
		Эк	Контр	Лек	Пр	КРАТ	Контр ол ь	СР		
Курс 3	Сем. 6	1	1	8	10	0.35	8.65	81	108	3

Объем дисциплины и виды учебной работы по заочной форме обучения.

		Формы контроля (количество)		Виды занятий					Итого часов	з.е.
		Эк	Контр	Лек	Пр	КРА т	Контр оль	СР		
Курс 3	Сем. 6	1	1	6	8	0.35	8.65	85	108	3

5. Структура и содержание учебной и воспитательной деятельности при реализации дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)								Формы текущего/промежуточного контроля успеваемости текущего (по неделям семестра), промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лек	Лаб	ПР	СРП	КРАТ	Контроль	СР	СЗ	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6	Ключевые бизнес-процессы в организации продаж	1-2	2		2				4		Блиц-опрос Тестирование
6	Основные методики эффективных продаж туристского продукта	3-4	2		2				4		Блиц-опрос Тестирование
6	Цена как фактор организации продаж турпродукта.	5-6	2		2				4		Блиц-опрос Тестирование
6	Аудит и технологии управления продажами	7-8	2		2				4		Блиц-опрос Тестирование
6	Организация обслуживания потребителей.	9-10	2		2				4		Блиц-опрос Тестирование
6	Вербальные и невербальные технологии продаж	11-12	2		2				6		Блиц-опрос Тестирование
6	Организация продаж и современные технологии в туризме	13-14	2		2				6		Блиц-опрос Тестирование
6	Специфика продаж на международных рынках	15-16	3		3				6		Блиц-опрос Тестирование

	туристских продуктов									
6	Промежуточная аттестация					0,35	35,65			
	ИТОГО:		17		17	0.35	35.65	38		

5.2. Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КР Ат	Кон тро ль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
6	Ключевые бизнес-процессы в организации продаж	1		1				14	
6	Основные методики эффективных продаж туристского продукта	1		1				14	
6	Цена как фактор организации продаж турпродукта.	2		2				14	
6	Аудит и технологии управления продажами	1		2				14	
6	Организация обслуживания потребителей.	2		2				14	
6	Организация продаж и современные технологии в туризме	1		2				15	
6	Промежуточная аттестация					0,35	8,65		
	ИТОГО:	8		10		0.35	8.65	81	

5.3. Структура дисциплины для заочной формы обучения.

Сем	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)							
		Лек	Лаб	ПР	СРП	КР Ат	Кон тро ль	СР	СЗ
1	2	4	5	6	7	8	9	10	11
6	Ключевые бизнес-процессы в организации продаж	1		1				14	
6	Основные методики эффективных продаж туристского продукта	1		1				14	
6	Цена как фактор организации продаж турпродукта.	1		1				14	
6	Аудит и технологии управления продажами	1		1				14	
6	Организация обслуживания потребителей.	1		2				14	
6	Организация продаж и современные технологии в туризме	1		2				15	
6	Промежуточная аттестация					0,35	8,65		
	ИТОГО:	6		8		0.35	8.65	85	

5.4. Содержание разделов дисциплины (модуля) «Технологии продаж в индустрии туризма», образовательные технологии

Лекционный курс

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемы е компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательны е технологии
		ОФ О	ЗФ О	ОЗ ФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
6	Ключевые бизнес-процессы в организации продаж	2	1	1	Оценка конкурентоспособности туристского продукта. Планирование продаж. Продвижение турпродукта на рынок. Агентский договор о реализации туристского продукта. Цикл продаж. Завершение сделки. Как подвести клиента к принятию решения о покупке тура.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; ПКУВ-6.1; ПКУВ-6.2;	Знать: основные этапы технологии продаж турпродукта, разработки и продвижения турпродукта на рынок. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации, техниками завершения сделки.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция

6	Основные методики эффективных продаж туристского продукта	2	1	1	Эффективность продаж. Выбор эффективных технологий продаж. Расчет эффективности продаж.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; ПКУВ-6.1; ПКУВ-6.2;	Знать: Разновидности технологий продаж, понятия эффективности, методы расчета эффективности продаж туристского продукта. Уметь: определять эффективные технологии продаж. Владеть: навыками расчета эффективности продаж.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
---	---	---	---	---	---	---	---	--

6	Цена как фактор организации продаж турпродукта.	2	1	2	Ценовая политика как этап технологии продаж в туриндустрии Формирование цен на туристический продукт. Факторы, влияющие на цены туруслуг. Стратегии и правила ведения переговоров о цене.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; ПКУВ-6.1; ПКУВ-6.2;	Знать: виды цен на туруслуги в сфере туризма. Основные этапы ценообразования турпродукта. Влияние ценовой политики на уровень продаж туристических услуг. Уметь: определять ценовую стратегию предприятий социально-культурного сервиса и туризма, выбирать методы ценообразования на турпродукт. Владеть: навыками ведения переговоров о цене.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
---	---	---	---	---	--	---	---	--

Сем	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость (часы)			Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательны е технологии
		ОФО	ЗФО	ОЗФО				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
6	Аудит и технологии управления продажами	2	1	2	Виды аудита. Зачем и когда нужен аудит. Методы проведения аудита продаж турфирмы. Управление продажами. Анализ места и процесса продаж. Анализ элементов связи с клиентами. Составление отчета по результатам аудиторской проверки. Аудит и «клиентская база» компании. 10 основных этапов проведения процесса аудита «КБ».	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; ПКУВ-6.1; ПКУВ-6.2;	Знать: цели, задачи аудита системы продаж, когда нужно менять модель продаж, вопросы, возникающие до /во время/после контакта с компанией, стратегии и планирование продаж. Уметь: выявление сильные и слабые стороны турпредприятия. Владеть: навыками анализа процесса управления продажами турпродукта, разработки предложений или программ развития продаж турпродукта.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция

6	Организация обслуживания потребителей.	2	1	1	Типология и методы выявления потребностей клиента. Вопросы как способ ведения беседы в желаемом направлении. Типы вопросов и техники их конструирования. Как с помощью вопросов формировать дополнительные потребности у клиента: покупка более дорого тура, дополнительных услуг, индивидуального тура. Лояльность клиентов турагентства и программы. ее повышения. Психология продаж.	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; ПКУВ-6.1; ПКУВ-6.2;	Знать: категории потребителей и особенности их обслуживания. Как определить ценности и критерии выбора тура клиентом. Основные ошибки при определении потребностей клиента. Уметь: выявлять и формировать потребности клиента. Организовывать обслуживание потребителей. Владеть: техникой открытых вопросов «Вопросы чистого языка». Системой уточняющих вопросов «Мета-модель». Техниками активного слушания, невербальными компонентами активного слушания.	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
---	--	---	---	---	--	--	---	---

6	Вербальные и невербальные технологии продаж	2	1	1	Особенности личной продажи туристического продукта. Установление контакта с клиентами. СПИН-технологии. Профессиональное телефонное общение с клиентом. Работа с «трудными» клиентами. Работа с сопротивлениями и возражениями клиента	ПКУВ-4.1; ПКУВ-4.2; ПКУВ-4.3; ПКУВ-6.1; ПКУВ-6.2;	Знать: особенности вербальных и невербальных технологий продаж. Принципы проведения встречи с клиентом в офисе. Уметь: работать с сопротивлениями и возражениями клиента, организовывать телефонное общение с клиентом. Владеть: навыками личной продажи, работы с трудными клиентами, установления контакта с клиентами турфирм	Лекция-беседа, Лекции-визуализации, Слайд-лекция
---	---	---	---	---	--	---	--	--

5.5. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах

Сем	№ раздела дисциплины	Наименование практических занятий	Объем в часах		
			ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6
6	Ключевые бизнес-процессы в организации продаж	Оценка конкурентоспособности туристского продукта. Планирование продаж. Продвижение турпродукта на рынок. Агентский договор о реализации туристского продукта. Цикл продаж. Завершение сделки. Как подвести клиента к принятию решения о покупке тура.	2	1	1
6	Основные методики эффективных продаж туристского продукта	Эффективность продаж. Выбор эффективных технологий продаж. Расчет эффективности продаж.	2	1	1
6	Цена как фактор организации продаж турпродукта.	Ценовая политика как этап технологии продаж в туристической индустрии. Формирование цен на туристический продукт. Факторы, влияющие на цены туристических услуг. Стратегии и правила ведения переговоров о цене.	2	1	1
6	Аудит и технологии управления продажами	Виды аудита. Зачем и когда нужен аудит. Методы проведения аудита продаж турфирмы. Управление продажами. Анализ места и процесса продаж. Анализ элементов связи с клиентами.. Составление отчета по результатам аудиторской проверки. Аудит и «клиентская база» компании. 10 основных этапов проведения процесса аудита «КБ».	2	1	1
6	Организация обслуживания потребителей.	Типология и методы выявления потребностей клиента. Вопросы как способ ведения беседы в желаемом направлении. Типы вопросов и техники их конструирования. Как с помощью вопросов формировать дополнительные потребности у клиента: покупка более дорогого тура, дополнительных услуг, индивидуального тура. Лояльность клиентов турагентства и программы.	2	2	2

6	Вербальные и невербальные технологии продаж	Особенности личной продажи туристического продукта. Установление контакта с клиентами. СПИН-технологии. Профессиональное телефонное общение с клиентом. Работа с «трудными» клиентами. Работа с сопротивлениями и возражениями клиента.	2		1
6	Организация продаж и современные технологии в туризме	Использование интерактивных технологий при организации продаж. Глобальная сеть Интернет, как канал продвижения и реализации турпродукта. Инновационные технологии в туризме. Дистрибьюторские сети и глобальные системы бронирования как инструмент организации продаж. Современные средства автоматизации процесса продаж.	2	2	2
6	Специфика продаж на международных рынках туристских продуктов	Особенности и тенденции развития международного рынка туруслуг. Технологии продаж международных туров. Договорное оформление операций международного туризма.	3		1
6	Промежуточная аттестация				
	ИТОГО:		17	8	10

5.6. Самостоятельная работа студентов

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

Сем	Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах		
				ОФО	ЗФО	ОЗФО
1	2	3	4	5	6	7
6	Ключевые бизнес-процессы в организации продаж	Составление плана-конспекта	1-2	4	14	12
6	Основные методики эффективных продаж туристского продукта	Составление плана-конспекта	3-4	4	14	12
6	Цена как фактор организации продаж турпродукта.	Составление плана-конспекта	5-6	4	14	14
6	Аудит и технологии управления продажами	Составление плана-конспекта	7-8	4	14	14
6	Организация обслуживания потребителей.	Подбор примеров организации обслуживания потребителей в туристической индустрии	9-10	4	14	14
6	Вербальные и невербальные технологии продаж	Составление плана-конспекта. Оттачивание навыков вербальных и невербальных технологий продаж.	11-12	6		6
6	Организация продаж и современные технологии в туризме	Составление плана-конспекта	13-14	6	15	9
6	Специфика продаж на международных рынках туристских продуктов	Составление плана-конспекта	15-16	6		
6	Промежуточная аттестация					
	ИТОГО:			38	85	81

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).

6.1. Литература для самостоятельной работ

Название	Ссылка
Синяева, И.М. Маркетинг в торговле : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под. ред. Л.П. Дашкова. - 6-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 396 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=371005 5. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-04227-0	http://znanium.com/catalog/document?id=371005
Семенова, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие / Л.В. Семенова, В.С. Корнеевец, И.И. Драгилева. - Москва : Дашков и К, 2021. - 204 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/102273.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-04356-7	http://www.iprbookshop.ru/102273.html
Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2020. - 278 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358535 35. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03902-7	http://znanium.com/catalog/document?id=358535
Быстров, С.А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 375 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=391637 637. - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-014026-1. - ISBN 978-5-16-106572-3	http://znanium.com/catalog/document?id=391637

Быстров, С.А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 375 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=359750 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-014026-1. - ISBN 978-5-16-106572-3	http://znanium.com/catalog/document?id=359750
---	---

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

в печатной форме,
в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

7. Ф
о
н
д
о
ц
е
н
о
ч
н
ы
х
с
р
е
д
с
т
в
д
л
я
п
р
о
в
е
д
е
н
и
я
п
р
о
м
е
ж
у
т
о
ч
н
о

й аттестации
обучающихся
по дисциплине
(модулю)

7.1.Перечень компетенций
с указанием этапов их
формирования в процессе
освоения образовательной
программы

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)		компетенции		Наименование учебной дисциплины, формирующей компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ПКУВ-4.1 Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно- коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных специальных требований туриста	1234	5
			8	8
			4	освоения образовательной программы
			34	6
ПКУВ-4.1 Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно- коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных специальных требований туриста			6	78
8	9		9	Преддипломная практика
4	4		4	Исследовательская практика
6	6		6	6
			7	8
5	5		6	8
			5	78
6	6		78	78
			6	78
5	5	ПКУВ-4.2 Организует продажу туристских услуг	1234	1245
			5	9
			8	9
			4	4
6	6		4	4
			6	6
7	7		6	7
			5	5
			5	5
			5	5
78	78		78	Технологии туристской

ПКУВ-6.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта			
7	9	9	Экспозиционная и выставочная работа
3	3	3	География
3	3	3	География международного туризма
8	9	9	Преддипломная практика
4	4	4	Исследовательская практика
7	9	9	Экспозиционная и выставочная работа

Этапы формирования компетенции (номер семестр согласно учебному плану)			Наименование учебных дисциплин, формирующие компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОФО	ЗФО	ОЗФО	
6	6		Проектно-технологическая практика
67	67		Проектный практикум
67	67		Практикум по организации работы туристских предприятий
6	6		Технологии продаж
6	7		Маркетинговые исследования в туризме
6	7		Прикладной маркетинг
7	7		Реклама в туризме
7	7		Связи с общественностью в сфере туризма
8	9		Прикладной туроперейтинг
8	9		Стратегический маркетинг в туризме
ПКУВ-6.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний			
8	9		Преддипломная практика
4	4		Исследовательская практика
6	6		Проектно-технологическая практика
6	6		Технологии продаж
3	3		География Адыгеи
3	3		География

			международного туризма
7	7		Реклама в туризме
6	7		Маркетинговые исследования в туризме
6	7		Прикладной маркетинг
7	7		Связи с общественностью в сфере туризма
8	9		Прикладной туроперейтинг
8	9		Стратегический маркетинг в туризме
7	9		Экспозиционная и выставочная работа

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
ПКУВ-4: Способен к созданию и реализации туристского продукта с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий					
ПКУВ-4.1 Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно- коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста					
Знать: современные информационно-коммуникативные технологии при формировании туристского продукта, с учетом индивидуальных и специальных требований туриста; принципы разработки и применения технологий	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

Планируемые результаты освоения компетенци и	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
обслуживания туристов с использованием технологических и информационно коммуникативных технологий.					
Уметь: разрабатывать экскурсионные маршруты; разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно коммуникативных технологий.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Владеть: навыками разработки и применения технологий обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий; методами формирования туристского продукта, на основе современных информационных-коммуникативных технологий, с учетом индивидуальных и специальных требований туриста.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-4: Способен к созданию и реализации туристского продукта с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий					
ПКУВ-4.2 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг					
Знать: современные методы и информационные технологии, позволяющие наиболее эффективно осуществляют	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен

ь продажу туристского продукта.					
Уметь: организовыв ать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаютс я небольшие ошибки	Сформирова нные умения	
Владе	Частичное	Несистематичес ки	В	Успешное и	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименован ие оценочного средства
	неудовлетвори тельно	удовлетворит ельно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
современны ми технологиям и продажи туристского продукта; навыками создания экономическ их условий для организации эффективной сбытовой сети предприятий индустрии туризма.	владение навыками	е применение навыков	систематиче ском применении навыков допускаются пробелы	систематиче ское применение навыков	
ПКУВ-4: Способен к созданию и реализации туристского продукта с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий					
ПКУВ-4.3 Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов					
Знать: методику ведения переговоров, технику составления договоров по оказанию туристских услуг	Фрагментарн ые знания	Неполные знания	Сформирован ные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформирова нные систематиче ские знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: вести переговоры с партнерами, согласовыва ть условия взаимодейс твия по реализации	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаютс я небольшие ошибки	Сформирова нные умения	

туристских продуктов.					
Владеть: техникой ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПКУВ-6: Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий					
ПКУВ-6.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта					
Знать: методы оценки направлений продвижения экскурсионных программ, системы продвижения туристских продуктов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Доклад, конспект, экзамен
Уметь: применять современные информационные и коммуникативные технологии в реализации туристского продукта и предоставлении услуг	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
1	2	3	4	5	6
Владеть: навыками продвижения туристского продукта с использованием современных технологий	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	Доклад, конспект, экзамен
ПКУВ-6: Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий					
ПКУВ-6.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний					
Знать: методы оценки направлений продвижения экскурсионных программ, системы продвижения туристских продуктов.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	
Уметь: осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективны	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

х каналов, разрабатывать мероприятия по корректровке рекламных кампаний				
Владеть: навыками оценки эффективности проводимых мероприятий по продвижению и отбору наиболее эффективных каналов, корректировки рекламных кампаний.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Темы рефератов по предмету " Технологии продаж в индустрии туризма "

1. Современные тенденции развития российской индустрии туризма и их влияние на организацию системы продаж туруслуг (на примере конкретного региона).
2. Организация системы продаж в индустрии туризма (на примере конкретного туристского предприятия).
3. Планирование карьеры продавца туристских услуг (на примере конкретного туристского предприятия).

4. Управление продажами в туризме (на примере конкретного туристского предприятия).
5. Организация отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии туризма (на примере конкретного туристского предприятия).
6. Основные методы и приёмы обучения сотрудников отдела маркетинга и продаж (на примере конкретного туристского предприятия).
7. Система коммуникации отдела маркетинга и продаж на предприятиях индустрии туризма (на примере конкретного туристского предприятия).
8. Оценка деятельности отдела маркетинга и продаж (на примере конкретного туристского предприятия).
9. Партнёрские отношения в индустрии туризма (на конкретном примере).
10. Необходимость и цели рекламы в индустрии туризма.
11. Планирование рекламной деятельности предприятий индустрии туризма.
12. Работа предприятий индустрии туризма с рекламными агентствами (на примере конкретного туристского предприятия).
13. Организация и планирование мероприятий Public Relations в индустрии туризма (на примере конкретного туристского предприятия).
14. Оценка эффективности мероприятий Public Relations в индустрии туризма (на примере конкретного туристского предприятия).
15. Применение современных технологий продаж туруслуг (на примере конкретного туристского предприятия).
16. Использование вербальных технологий при продаже туруслуг (на примере конкретного туристского предприятия).
17. Использование невербальных технологий при продаже туруслуг (на примере конкретного туристского предприятия).
18. Мотивация эффективных продаж услуг предприятия индустрии

туризма (на примере конкретного туристского предприятия).

19. Целеполагание в продажах туруслуг (на примере конкретного туристского предприятия).

Тесты по дисциплине

1. Примерное тестовое задание

1. Сочетание каких трех качеств менеджера по продажам важны для клиента на начальном этапе взаимодействия?

а) Профильное образование, доскональное знание всех тонкостей продукта, привлекательный внешний вид.

б) Заинтересованность проблемами клиента, компетентность, точность.

с) Стратегическое мышление, энтузиазм, смелость.

2. Основная задача из сферы деятельности менеджера по продажам:

а) Аналитика.

б) Общение с клиентом.

с) Продажи.

3. Отметьте общие черты между предпринимателем и менеджером по продажам:

а) Менеджер по продажам воспринимает свой район сбыта так же, как предприниматель свою фирму.

б) Стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки, учитывая перспективу.

с) Степень принятия рисков.

4. Какие три составляющие играют для менеджера по продажам решающую роль в начале процесса анализа ситуации на рынке?

а) Клиент, продавец, продукт/товар.

б) Структура сегмента рынка, оценка ситуации в нем с учетом продаваемого продукта, определение регионального сегмента с географической точки зрения.

с) Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.

5. Необходимое условие для продажи нового продукта/услуги:

а) Харизматичность менеджера по продажам.

б) Давно сложившиеся отношения с предполагаемым клиентом.

с) Высокая осведомленность менеджера по продажам о сложившихся на рынке условиях.

6. Основное преимущество для менеджера по продажам при наличии разработанного и непрерывно пополняемого электронного банка данных:

а) Уверенность в постоянном доступе к самым "свежим" сведениям.

б) Экономия времени.

с) Соответствие профессиональным стандартам.

7. Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:

- a) Продажа.
- b) Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании.
- c) Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.

8. Почему в процессе телефонного разговора с клиентом предпочтительнее форма глаголов настоящего времени, например, "Вы довольны нашей последней поставкой?" (вместо - "Вы были довольны нашей последней поставкой?")?

- a) Как рекомендуют психологи.
- b) Форма настоящего времени сообщает собеседнику, что он является клиентом, а не был им в прошлом или станет в будущем.
- c) Так проще формулировать вопросы при разговоре с клиентом.

9. Какие преимущества получает менеджер по продажам, если с нужным человеком его соединяет по телефону секретарь?

- a) Можно преподнести свое предложение в наиболее выгодном свете.
- b) Можно познакомиться с девушкой.
- c) Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте.

10. Отправляясь на первую встречу с потенциальным клиентом и не обладая информацией о традициях данной фирмы относительно служебной одежды сотрудников и их внешнего вида, менеджер по продажам должен одеться: а) В дорогой костюм в классическом стиле и использовать броские аксессуары для того, чтобы наверняка запомниться партнерам.

- b) В джинсы и джемпер темных тонов.
- c) В не слишком новый, но опрятный и выглаженный костюм в классическом стиле.

11. Демонстрационная папка нужна менеджеру по продажам в процессе общения с клиентом для:

- a) Унификации подхода менеджеров по продажам к процессу переговоров.
- b) Ссылок на различные документы и материалы, о которых может идти речь в процессе разговора с клиентом.
- c) Продвижения своей компании с целью реализации ее стратегических целей.

12. В случае сравнения конкурентов решающее значение имеют два фактора:

- a) Соотношение цены и качества предоставляемых товаров.
- b) Соотношение цены и количества предоставляемых услуг.
- c) Соображения лояльности.

13. Позитивная роль конкуренции заключается в:

- a) Регуляции динамики цен.
- b) Стимуляции к развитию сервиса.
- c) Создании атмосферы гонки.

14. Выгодная цена не всегда является для клиента основным критерием в процессе принятия решения о сделке по причине:

- a) Клиент не умеет считать свои деньги.
- b) Запрос клиента предполагает удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств.
- c) Клиент пытается манипулировать.

15. Наиболее удачным ответом менеджера по продажам в ситуации, когда клиент указывает ему на преимущества конкурента, будет:

- a) "Вы не правы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно".
- b) "Давайте обсудим все преимущества наших конкурентов".

с) "Да, у наших коллег есть свои преимущества, а у нас - свои. Давайте поговорим о наших".

16. Какие свои психологические ресурсы менеджер по продажам должен задействовать в процессе работы с возражениями?

а) Терпение.

б) Напористость.

с) Красноречие.

17. Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: "Ваши цены слишком высоки для нас"?

а) "Да, у нас дорого".

б) "Да, вы правы, наши цены довольно высоки, причем это напрямую связано с высоким качеством нашей продукции".

с) "Ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов!"

18. Ключевой клиент - это:

а) Такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж.

б) Представители крупных предприятий.

с) Партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее полутора лет.

19. Какие качества должен обнаружить менеджер по продажам при поступлении рекламации?

а) Умение парировать агрессивные высказывания.

б) Сострадание и совесть.

с) Невозмутимость и понимание состояния клиента.

20. Работа по возвращению клиентов - это:

- а) Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.
- б) Умение приносить извинения за некачественную работу компании.
- в) Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой.

21. Задачи менеджера по продажам на многопрофильной выставке:

- а) Продавать как можно больше.
- б) Устанавливать новые связи и заключать предварительные договоренности.
- в) Продвигать свою компанию и ее продукцию.

Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Технологии продаж в индустрии туризма»

1. Основные технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии.
2. Особенности и основные свойства турпродукта.
3. Продажа туристического продукта как многофакторный процесс.
4. Особенности работы менеджеров по продажам в сфере туристических услуг.
5. Система ценностей и убеждений профессионального продавца туристических услуг.
6. Отличие продажи услуги от продажи товара.
7. Определение ключевых стадий взаимодействия с клиентами.
8. Ключевые бизнес-процессы в организации продаж.
9. Оценка конкурентоспособности туристского продукта.
10. Продвижение турпродукта на рынок.
11. Агентский договор о реализации туристского продукта.
12. Цикл продаж. Завершение сделки.
13. Способы подвода клиента к принятию решения о покупке тура. Основные методики эффективных продаж туристского продукта.
14. Эффективность продаж.
15. Выбор эффективных технологий продаж.
16. Расчет эффективности продаж.
17. Особенности исследования рынка туристских услуг.
18. Цена как фактор организации продаж турпродукта.
19. Ценовая политика как этап технологии продаж в туристической индустрии. Формирование цен на туристический продукт.
20. Виды цен на туристические услуги в сфере туризма.

21. Основные этапы ценообразования туристического продукта.
22. Факторы, влияющие на цены туруслуг.
23. Определение ценовой стратегии предприятий социально-культурного сервиса и туризма.
24. Влияние ценовой политики на уровень продаж туристических услуг.
25. Стратегии и правила ведения переговоров о цене.
26. Аудит и технологии управления продажами.
27. Виды аудита. Зачем и когда нужен аудит.
28. Методы проведения аудита продаж турфирмы.
29. Управление продажами.

30. Анализ места и процесса продаж.
31. Анализ элементов связи с клиентами.
32. Выявление сильных и слабых сторон.
33. Разработка предложений или программы развития продаж турпродукта.
34. Аудит и «клиентская база» компании.
35. Организация обслуживания потребителей.
36. Категории потребителей и особенности их обслуживания.
37. Выявление и формирование потребностей клиента.
38. Типология и методы выявления потребностей клиента.
39. Вопросы как способ ведения беседы в желаемом направлении.
40. Типы вопросов и техники их конструирования.
41. Основные ошибки при определении потребностей клиента.
42. Техники активного слушания, невербальные компоненты активного слушания.
43. Лояльность клиентов турагентства и программы ее повышения.
44. Психология продаж.
45. Вербальные и невербальные технологии продаж.
46. Особенности личной продажи туристического продукта.

47. Установление контакта с клиентами. СПИН-технологии.

48. Профессиональное телефонное общение с клиентом.

49. Основные правила ведения телефонных переговоров.

50. Инструменты установления контакта и формирования доверительной атмосферы в телефонном общении с клиентом. Методология «Контакт».

51. Разговор с клиентом, который еще не знает, чего он хочет.

52. Этикет телефонного общения с клиентом.

53. Принципы проведения встречи с клиентом в офисе.

54. Формирование позитивного первого впечатления.

55. Проведение диагностики типа клиента и выбор оптимальной стратегии продажи.

56. Особенности взаимодействия с клиентами разного типа.

57. Техники построения вербального и невербального контакта с клиентом.

58. Способы влияния на внутреннее состояние клиента.

59. Работа с «трудными» клиентами (Правила принятия претензий клиентов).

60. Как разговаривать с недовольным клиентом.
61. Как работать с требовательными и капризными клиентами.
62. Как предотвратить появления конфликтных ситуаций.
63. Стандарты общения с клиентами в различных «сложных» ситуациях.
64. Техники быстрого решения конфликтов.
65. Работа с сопротивлениями и возражениями клиента.
66. Виды и причины сопротивления клиента.
67. Типология возражений. Алгоритм обработки возражений.
68. Формирование и отработка индивидуальной стратегии работы с возражениями.
69. Методы стимулирования продаж.
70. Инструменты стимулирования продаж.
71. Ценовое стимулирование продаж.
72. Натуральное стимулирование.
73. Игровое стимулирование продаж.
74. Услужливое стимулирование продаж.
75. Мотивация эффективных продаж в туризме.
76. Организация продаж и современные технологии в туризме.
77. Использование интерактивных технологий при организации продаж.
78. Глобальная сеть Интернет, как канал продвижения и реализации турпродукта. Инновационные технологии в туризме.
79. Дистрибьюторские сети и глобальные системы бронирования как инструмент организации продаж.
80. Современные средства автоматизации процесса продаж.

81. Профессиональная презентация туристических услуг
82. Использование речевых стратегий влияния во время презентации.
83. Основные правила проведения презентации туристических услуг.
84. Соотношение фактов, преимуществ и выгод в презентации предложения.
85. Корпоративные стандарты туристских агентств при организации продаж туруслуг.
86. Корпоративные стандарты турфирм г. Майкопа при организации продаж туруслуг.
87. Специфика продаж на международных рынках туристских продуктов.
88. Особенности и тенденции развития международного рынка туруслуг.

89. Технологии продаж международных туров.

90. Договорное оформление операций международного туризма.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Требования к написанию реферата

Реферат - продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой письменное или устное сообщение по представлению полученных результатов определенной темы.

Цель подготовки реферата: сформировать научно-исследовательские навыки и умения у обучающегося; способствовать овладению методами научного познания; освоить навыки публичного выступления; научиться критически мыслить.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы.

Доклад должен быть структурирован и включать введение, основную часть, заключение.

Критерии оценивания реферата:

Критерии оценивания реферата:	
«ОТЛИЧНО»	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Представленная информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Широко использованы информационные технологии. Отсутствуют ошибки в представляемой информации. Ответы на вопросы полные с приведением примеров и пояснений. Выводы обоснованы.
«хорошо»	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без дополнительной литературы. Не все выводы сделаны или не все обоснованы. Представленная информация систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов. Использованы информационные технологии. На дополнительные вопросы даны

	неполные ответы.
«удовлетворительн»	Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована или непоследовательна. Используются 1-2 профессиональных термина. Используются информационные технологии частично. Допущены фактические ошибки в содержании доклада или при ответе на дополнительные вопросы; отсутствуют выводы.
«неудовлетворительно»	Тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, позволяющих автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Основные принципы тестирования, следующие:

— связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;

— объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;

— справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;

— систематичность — систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

- гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному,

этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего федерального государственного образовательного стандарта.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

— закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т.п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представлены несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

— открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

— установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

— установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

Критерии оценки знаний при проведении тестирования

Отметка «отлично» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 85% тестовых заданий;

Отметка «хорошо» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 70% тестовых заданий;

Отметка «удовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа не менее чем 50 % тестовых заданий;

Отметка «неудовлетворительно» выставляется при условии правильного ответа менее чем 50 % тестовых заданий.

Результаты текущего контроля используются при проведении промежуточной аттестации.

Требования и критерии оценивания знаний, умений и навыков на экзамене

Экзамен - форма проверки успешного выполнения студентами практических работ, усвоения учебного материала дисциплины в ходе практических занятий и самостоятельной работы. Вопросы, выносимые на экзамен, доводятся до сведения студентов за месяц до сдачи экзамена. Требования и задания соответствуют требуемому уровню усвоения дисциплины и отражают ее основное содержание.

Критерии выставления оценок при проведении экзамена:
Обучающий глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает теорию с практикой. Обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, заданиями и другими видами применения знаний, показывает знания законодательного и нормативно-технического материалов, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ, обнаруживает умение самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.
Обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические знания и владеет необходимыми навыками при выполнении практических заданий.
Обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.
Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические работы

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

Название	Ссылка
Синяева, И.М. Маркетинг в торговле : учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев ; под. ред. Л.П. Дашкова. - 6-е изд. - Москва : Дашков и К, 2021. - 396 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=371005 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-04227-0	http://znanium.com/catalog/document?id=371005
Семенова, Л.В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебное пособие / Л.В. Семенова, В.С. Корнеевец, И.И. Драгилева. - Москва : Дашков и К, 2021. - 204 с. - ЭБС IPR Books. - URL: http://www.iprbookshop.ru/102273.html . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-04356-7	http://www.iprbookshop.ru/102273.html
Голова, А.Г. Управление продажами : учебник / А.Г. Голова. - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2020. - 278 с. - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=358535 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-394-03902-7	http://znanium.com/catalog/document?id=358535

8.2. Дополнительная литература

Название	Ссылка
Быстров, С.А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 375 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=391637 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-014026-1. - ISBN	http://znanium.com/catalog/document?id=391637

978-5-16-106572-3	
Быстров, С.А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 375 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ЭБС Знаниум. - URL: http://znanium.com/catalog/document?id=359750 . - Режим доступа: по подписке. - ISBN 978-5-16-014026-1. - ISBN 978-5-16-106572-3	http://znanium.com/catalog/document?id=359750

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Znaniум.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО "Научно- издательский центр Инфра-М". – Москва, 2011 - – URL: <http://znanium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. - Москва, - URL: <https://www.book.ru/cat/578/1>.

- Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. <http://znanium.com/catalog/> IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания "Ай Пи Ар Медиа". – Саратов, 2010 - . – URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст электронный.

Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <http://www.iprbookshop.ru/586.html>

Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. – Москва, 2004 - – URL:

<https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений.

В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов.

РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. "... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации – служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населяющих Россию народов и распространению идей гуманизма.

В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей.

РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени." (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) <https://нэб.рф/> eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000. - . – URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям.

С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. <https://elibrary.ru/defaultx.asp> CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2014. - . – URL: <https://cyberleninka.ru/> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных

публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. <https://cyberleninka.ru/> Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. </index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya> Федеральное агентство по туризму : сайт. – 2005. – URL: <https://tourism.gov.ru/>. - Текст: электронный. Современный отель : медиа-ресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса : сайт. – Санкт-Петербург, 2007. - . – URL: <http://www.hotelexecutive.ru/> - Текст: электронный. Искусство гостеприимства.. Новости, события, тренды. Новые концепции и форматы отелей. Управление отелем, развитие бизнеса. Инвестиции в гостиничный бизнес. Финансы. Гостиничная недвижимость. Маркетинг, реклама, PR в гостиничном бизнесе. Законы и нормативы. Персонал гостиницы. Он-лайн журнал. <https://tourism.gov.ru/ProHotelia> : гостиничный бизнес on-line : сайт / Powered by ProHotelia. – [б.м.], 2009. - . – URL: <http://prohotelia.com/novosti/>. - Текст: электронный. Портал для профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса. На страницах портала – новости гостиничной индустрии, исследования и статистика, обзоры ключевых событий и тенденций в гостиничном бизнесе, новые технологии и примеры эффективных решений для продвижения отелей, отельные «фишки», интервью с успешными отельерами и экспертами туристического рынка, советы и рекомендации ведущих юристов, а также календарь отраслевых событий <http://prohotelia.com/about/> Russia.travel : национальный туристический портал : сайт / Министерство экономического развития РФ, Федеральное агентство по туризму. – [Москва], 2017. - . – URL: <https://russia.travel/info/about/>. - Текст: электронный. Russia.travel - информационно-познавательный проект, посвященный путешествиям по России.

Деятельность портала направлена на создание единого информационного ресурса в сфере туризма, предоставляющего доступную и полную информацию о туристических возможностях России. Russia.travel знакомит читателя более чем с 20 тысячами достопримечательностей, которые включают в себя объекты историко-культурного наследия, природные памятники и заповедные зоны, традиционные ремесла и известные российские бренды. На портале публикуются популярные туристические маршруты, новости, статьи познавательного толка, анонсы мероприятий, происходящих во всех уголках России, рассказы о самобытности каждого региона, создаются спецпроекты, посвященные важнейшим туристическим направлениям.

На портале вы можете узнать о ближайших событиях, найти достопримечательности поблизости и построить маршрут, а также предложить свой контент. <http://russia.travel/info/about/> HotLine.travel : спорт, здоровье и красота : онлайн-журнал о жизни в туризме / Медиахолдинг

Банко. – [Москва], 2011. - . – URL: <https://www.tourdom.ru/hotline/>. - Текст: электронный. Портал открыт в 2011 году и ежедневно привлекает 5–6 тысяч уникальных пользователей, заинтересованных в получении аналитической информации о трендах и событиях в турбизнесе. Разделы сайта: Авиаперевозка и транспорт; Обзоры и аналитика; Визы и посольства; Лицензирование и страхование; Стратегии компаний; Проекты; Законотворчество; Банкротства; Турпродукты; Техника продаж и многие другие. <http://www.hotline.travel/about/> Российская цивилизация в пространстве, времени и мировом контексте. Образовательный ресурс : [сайт] / Центр политических и международных исследований, Российская ассоциация политической науки. – [Москва], 2014. - . – URL: <http://рос-мир.рф/>. - Текст: электронный. Ресурс является междисциплинарным и содержит сведения, статьи, материалы и иллюстрации по таким областям знания, как теория цивилизаций, российская история, государственное и общественное устройство России, географическая и социально-экономическая информация о России, российская культура, положение и политика России в международной системе. <http://рос-мир.рф/> Туризм и гостеприимство : научно-практический журнал : сайт / Полесский государственный университет (Республика Беларусь). – Пинск, 2014 - . – URL: <http://ojs.polessu.by/TG/index>. - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный. В научно-практическом журнале публикуются оригинальные результаты исследований по широкому кругу проблем туризма и гостеприимства. <http://ojs.polessu.by/TG/about> Сервис plus : научный журнал : сайт / Российский государственный университет туризма и сервиса. – Черкизово (Московская область), 2007. – URL: <http://philosoph.ru/polnotekstovyi-arkhiv>. - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный. Научное издание по актуальным проблемам теории и методологии сервиса. Публикуются работы в сфере гуманитарных наук, затрагивающих проблемы туризма и сервиса. Журнал рассчитан на широкий круг читателей, интересующихся опытом межатраслевых исследований. Входит в Перечень ВАК.TURIZM.RU - официальный портал об отдыхе, путешествиях и туризме: сайт – Москва, 2005. – URL: <https://www.turizm.ru/>.

- Текст: электронный. Консультант Плюс: справочно- правовая система: [сайт]. – Москва, 1997. 2021. – URL: <http://www.consultant.ru/about/>. – Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). – Текст: электронный.

Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. <http://philosoph.ru/polnotekstovyi-arkhiv> DOAJ (Directory of Open Access Journals): каталог журналов открытого доступа : [сайт] / Лундский университет (Швеция). – Лунд, 2003. - . – URL: <https://www.doaj.org/>. - Текст:

электронный. Каталог содержит полнотекстовые журналы из всех областей знаний, включая: право, политические и социальные науки, бизнес и экономику, историю. Журналы представлены более чем на 10 языках. Отдельные издания требуют свободной регистрации. Просмотр журналов по названиям и по рубрикам, постатейный поиск. Полные тексты статей в формате PDF и HTML. <http://www.doaj.org/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Раздел / Тема с указанием основных учебных элементов	Методы обучения	Способы (формы) обучения	Средства обучения	Формируемые компетенции/ трудовые функции
Тема 1. Ключевые бизнес-процессы в организации продаж	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение Нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3 ПКУВ-6.1 ПКУВ-6.2
Тема 2. Основные методики эффективных продаж туристского продукта.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3 ПКУВ-6.1 ПКУВ-6.2

Тема 3. Цена как фактор организации продаж турпродукта.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3 ПКУВ-6.1 ПКУВ-6.2
Тема 4. Аудит и технологии управления продажами	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3 ПКУВ-6.1 ПКУВ-6.2
Тема 5. Организация обслуживания потребителей.	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3 ПКУВ-6.1 ПКУВ-6.2

Тема 6. Вербальные и невербальные технологии продаж	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3 ПКУВ-6.1 ПКУВ-6.2
Тема 7. Организация продаж и современные технологии в туризме	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение и систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3 ПКУВ-6.1 ПКУВ-6.2

Тема 8. Специфика продаж на международных рынках туристских продуктов	Лекция, конспектирование, приобретение знаний, формирование умений и навыков, закрепление, проверка знаний, умений навыков	Аудиторная (изучение нового учебного материала, формирование и совершенствование умений и навыков, обобщение систематизация знаний, контроль и коррекция знаний)	Устная речь, письмо, схемы, рисунки, учебники, учебные пособия	ПКУВ-4.1 ПКУВ-4.2 ПКУВ-4.3 ПКУВ-6.1 ПКУВ-6.2
--	--	--	--	--

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

Название
7-Zip Свободная лицензия
Adobe Reader DC Свободная лицензия
Microsoft Office Word 2010 Номер продукта 14.0.6024.1000 SP1 MSO 02260-018-0000106-48095
Антивирус kaspersky endpoint security Лицензионный договор от 17.02.2021 № 203-20122401

10.2. Перечень необходимых информационных справочных систем:

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

Название
Znanium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: http://znanium.com/catalog (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. - Москва, - URL: https://www.book.ru/cat/578/1 . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. http://znanium.com/catalog/
IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - - URL: http://www.iprbookshop.ru/586.html - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. http://www.iprbookshop.ru/586.html
Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: https://нэб.рф/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: http://nlr.ru/ . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населения России народов и распространению идей гуманизма. ...В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня — современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) https://нэб.рф/
eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - - URL: https://elibrary.ru/defaultx.asp . - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. https://elibrary.ru/defaultx.asp
CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2014. - - URL: https://cyberleninka.ru/ - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. https://cyberleninka.ru/

Название
Федеральное агентство по туризму : сайт. - 2005. - URL: https://tourism.gov.ru/ . - Текст: электронный. Современный отель : медиа-ресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса : сайт. - Санкт-Петербург, 2007. - . - URL: http://www.hotelexecutive.ru/ - Текст: электронный. Искусство гостеприимства. . Новости, события, тренды. Новые концепции и форматы отелей. Управление отелем, развитие бизнеса. Инвестиции в гостиничный бизнес. Финансы. Гостиничная недвижимость. Маркетинг, реклама, PR в гостиничном бизнесе. Законы и нормативы. Персонал гостиницы. Он-лайн журнал. https://tourism.gov.ru/
ProHotelia : гостиничный бизнес on-line : сайт / Powered by ProHotelia. - [б.м.], 2009. - . - URL: http://prohotelia.com/novosti/ . - Текст: электронный. Портал для профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса. На страницах портала - новости гостиничной индустрии, исследования и статистика, обзоры ключевых событий и тенденций в гостиничном бизнесе, новые технологии и примеры эффективных решений для продвижения отелей, отельные «фишки», интервью с успешными отелями и экспертами туристического рынка, советы и рекомендации ведущих юристов, а также календарь отраслевых событий http://prohotelia.com/about/
Russia.travel : национальный туристический портал : сайт / Министерство экономического развития РФ, Федеральное агентство по туризму. - [Москва], 2017. - . - URL: https://russia.travel/info/about/ . - Текст: электронный. Russia.travel - информационно-познавательный проект, посвященный путешествиям по России. Деятельность портала направлена на создание единого информационного ресурса в сфере туризма, предоставляющего доступную и полную информацию о туристических возможностях России. Russia.travel знакомит читателя более чем с 20 тысячами достопримечательностей, которые включают в себя объекты историко-культурного наследия, природные памятники и заповедные зоны, традиционные ремесла и известные российские бренды. На портале публикуются популярные туристические маршруты, новости, статьи познавательного толка, анонсы мероприятий, происходящих во всех уголках России, рассказы о самобытности каждого региона, создаются спецпроекты, посвященные важнейшим туристическим направлениям. На портале вы можете узнать о ближайших событиях, найти достопримечательности поблизости и построить маршрут, а также предложить свой контент. http://russia.travel/info/about/
HotLine.travel : спорт, здоровье и красота : онлайн-журнал о жизни в туризме / Медиахолдинг Банко. - [Москва], 2011. - . - URL: https://www.tourdom.ru/hotline/ . - Текст: электронный. Портал открыт в 2011 году и ежедневно привлекает 5-6 тысяч уникальных пользователей, заинтересованных в получении аналитической информации о трендах и событиях в турбизнесе. Разделы сайта: Авиаперевозка и транспорт; Обзоры и аналитика; Визы и посольства; Лицензирование и страхование; Стратегии компаний; Проекты; Законотворчество; Банкротства; Турпродукты; Техника продаж и многие другие. http://www.hotline.travel/about/
Российская цивилизация в пространстве, времени и мировом контексте. Образовательный ресурс : [сайт] / Центр политических и международных исследований, Российская ассоциация политической науки. - [Москва], 2014. - . - URL: http://рос-мир.рф/ . - Текст: электронный. Ресурс является междисциплинарным и содержит сведения, статьи, материалы и иллюстрации по таким областям знания, как теория цивилизаций, российская история, государственное и общественное устройство России, географическая и социально-экономическая информация о России, российская культура, положение и политика России в международной системе. http://рос-мир.рф/
Туризм и гостеприимство : научно-практический журнал : сайт / Полесский государственный университет (Республика Беларусь). - Пинск, 2014. - . - URL: http://ojs.polessu.by/TG/index . - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный. В научно-практическом журнале публикуются оригинальные результаты исследований по широкому кругу проблем туризма и гостеприимства. http://ojs.polessu.by/TG/about
Сервис plus : научный журнал : сайт / Российский государственный университет туризма и сервиса. - Черкизово (Московская область), 2007. - URL: http://philosoph.ru/polnotekstovyi-arkhiv . - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный. Научное издание по актуальным проблемам теории и методологии сервиса. Публикуются работы в сфере гуманитарных наук, затрагивающих проблемы туризма и сервиса. Журнал рассчитан на широкий круг читателей, интересующихся опытом межатраслевых исследований. Входит в Перечень ВАК.TURIZM.RU - официальный портал об отдыхе, путешествиях и туризме : сайт - Москва, 2005. - URL: https://www.turizm.ru/ . - Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. - Москва, 1997. - 2021. - URL: http://www.consultant.ru/about/ . - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. http://philosoph.ru/polnotekstovyi-arkhiv
DOAJ (Directory of Open Access Journals) : каталог журналов открытого доступа : [сайт] / Лундский университет (Швеция). - Лунд, 2003. - . - URL: https://www.doaj.org/ . - Текст: электронный. Каталог содержит полнотекстовые журналы из всех областей знаний, включая: право, политические и социальные науки, бизнес и экономику, историю. Журналы представлены более чем на 10 языках. Отдельные издания требуют свободной регистрации. Просмотр журналов по названиям и по рубрикам, постатейный поиск. Полные тексты статей в формате PDF и HTML. http://www.doaj.org/

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам:

Название

Znaniium.com. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / ООО 'Научно-издательский центр Инфра-М'. - Москва, 2011 - - URL: <http://znaniium.com/catalog> (дата обновления: 06.06.2019). - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Фонд ЭБС формируется с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. BOOK.RU Коллекция Сервис и туризм : сайт / ЭБС BOOK.RU. - Москва, - URL: <https://www.book.ru/cat/578/1>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. <http://znaniium.com/catalog/>

Название

IPRBooks. Базовая коллекция : электронно-библиотечная система : сайт / Общество с ограниченной ответственностью Компания 'Ай Пи Ар Медиа'. - Саратов, 2010 - . - URL: <http://www.iprbookshop.ru/586.html> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст электронный. Является распространенным образовательным электронным ресурсом для высших и средних специальных учебных заведений, научно-исследовательских институтов, публичных библиотек, приобретающих корпоративный доступ для своих обучающихся, преподавателей и т.д. ЭБС включает учебную и научную литературу по направлениям подготовки высшего и среднего профессионального образования. <http://www.iprbookshop.ru/586.html>

Национальная электронная библиотека (НЭБ) : федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры Российской Федерации, Российская государственная библиотека. - Москва, 2004 - - URL: <https://нэб.рф/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. НЭБ - проект Российской государственной библиотеки. Начиная с 2004 г. Проект Национальная электронная библиотека (НЭБ) разрабатывается ведущими российскими библиотеками при поддержке Министерства культуры Российской Федерации. Основная цель НЭБ - обеспечить свободный доступ гражданам Российской Федерации ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, - от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. В настоящее время проект НЭБ включает более 1.660.000 электронных книг, более 33.000.000 записей каталогов. РОССИЙСКАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ БИБЛИОТЕКА (РНБ) : сайт / Российская национальная библиотека. - Москва : РНБ, 1998. - URL: <http://nlr.ru/>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. '... одна из крупнейших в мире и вторая по величине фондов в Российской Федерации - служит российской культуре и науке, хранит национальную память, способствует просвещению населения России народов и распространению идей гуманизма. ...В фондах Библиотеки хранится более 38,6 млн экз. произведений печати и иных информационных ресурсов, в том числе и на электронных носителях, доступных широкому кругу пользователей. Ежегодно РНБ посещает около 850 тыс. читателей, которым выдается до 5 млн изданий, к ее электронным ресурсам обращаются за год свыше 10 млн удаленных пользователей. ... Сохраняя культурную и историческую преемственность, верность библиотечным традициям, заложенным еще в Императорской Публичной библиотеке, РНБ сегодня – современное информационное учреждение, оснащенное новейшим оборудованием и своевременно отвечающее на насущные вызовы времени.' (цитата с сайта РНБ: http://nlr.ru/nlr_visit/RA1162/rnb-today) <https://нэб.рф/>

eLIBRARY.RU. : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2000. - . - URL: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. Платформа eLIBRARY.RU была создана в 1999 году по инициативе Российского фонда фундаментальных исследований для обеспечения российским ученым электронного доступа к ведущим иностранным научным изданиям. С 2005 года eLIBRARY.RU начала работу с русскоязычными публикациями и ныне является ведущей электронной библиотекой научной периодики на русском языке в мире. <https://elibrary.ru/defaultx.asp>

CYBERLENINKA : научная электронная библиотека : сайт. - Москва, 2014. - . - URL: <https://cyberleninka.ru/> - Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст: электронный. КиберЛенинка - это научная электронная библиотека, построенная на парадигме открытой науки (Open Science), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний. <https://cyberleninka.ru/>

Периодические издания доступные обучающимся и сотрудникам ФГБОУ ВО МГТУ по подписке и на основании контрактов и лицензионных соглашений. </index.php/resursy/37-periodicheskie-izdaniya>

Федеральное агентство по туризму : сайт. - 2005. - URL: <https://tourism.gov.ru/>. - Текст: электронный. Современный отель : медиа-ресурс для владельцев, управляющих и специалистов гостиничного бизнеса : сайт. - Санкт-Петербург, 2007. - . - URL: <http://www.hotelexecutive.ru/> - Текст: электронный. Искусство гостеприимства.. Новости, события, тренды. Новые концепции и форматы отелей. Управление отелем, развитие бизнеса. Инвестиции в гостиничный бизнес. Финансы. Гостиничная недвижимость. Маркетинг, реклама, PR в гостиничном бизнесе. Законы и нормативы. Персонал гостиницы. Он-лайн журнал. <https://tourism.gov.ru/>

ProHotelia : гостиничный бизнес on-line : сайт / Powered by ProHotelia. - [б.м.], 2009. - . - URL: <http://prohotelia.com/novosti/>. - Текст: электронный. Портал для профессионалов гостиничного и ресторанного бизнеса. На страницах портала - новости гостиничной индустрии, исследования и статистика, обзоры ключевых событий и тенденций в гостиничном бизнесе, новые технологии и примеры эффективных решений для продвижения отелей, отельные «фишки», интервью с успешными отельерами и экспертами туристического рынка, советы и рекомендации ведущих юристов, а также календарь отраслевых событий <http://prohotelia.com/about/>

Russia.travel : национальный туристический портал : сайт / Министерство экономического развития РФ, Федеральное агентство по туризму. - [Москва], 2017. - . - URL: <https://russia.travel/info/about/>. - Текст: электронный. Russia.travel - информационно-познавательный проект, посвященный путешествиям по России. Деятельность портала направлена на создание единого информационного ресурса в сфере туризма, предоставляющего доступную и полную информацию о туристических возможностях России. Russia.travel знакомит читателя более чем с 20 тысячами достопримечательностей, которые включают в себя объекты историко-культурного наследия, природные памятники и заповедные зоны, традиционные ремесла и известные российские бренды. На портале публикуются популярные туристические маршруты, новости, статьи познавательного толка, анонсы мероприятий, происходящих во всех уголках России, рассказы о самобытности каждого региона, создаются спецпроекты, посвященные важнейшим туристическим направлениям. На портале вы можете узнать о ближайших событиях, найти достопримечательности поблизости и построить маршрут, а также предложить свой контент. <http://russia.travel/info/about/>

HotLine.travel : спорт, здоровье и красота : онлайн-журнал о жизни в туризме / Медиахолдинг Банко. - [Москва], 2011. - . - URL: <https://www.tourdom.ru/hotline/>. - Текст: электронный. Портал открыт в 2011 году и ежедневно привлекает 5-6 тысяч уникальных пользователей, заинтересованных в получении аналитической информации о трендах и событиях в турбизнесе. Разделы сайта: Авиаперевозка и транспорт; Обзоры и аналитика; Визы и посольства; Лицензирование и страхование; Стратегии компаний; Проекты; Законотворчество; Банкротства; Турпродукты; Техника продаж и многие другие. <http://www.hotline.travel/about/>

Российская цивилизация в пространстве, времени и мировом контексте. Образовательный ресурс : [сайт] / Центр политических и международных исследований, Российская ассоциация политической науки. - [Москва], 2014. - . - URL: <http://рос-мир.рф/>. - Текст: электронный. Ресурс является междисциплинарным и содержит сведения, статьи, материалы и иллюстрации по таким областям знания, как теория цивилизаций, российская история,

Название
государственное и общественное устройство России, географическая и социально-экономическая информация о России, российская культура, положение и политика России в международной системе. http://рос-мир.рф/
Туризм и гостеприимство : научно-практический журнал : сайт / Полесский государственный университет (Республика Беларусь). - Пинск, 2014 - . - URL: http://ojs.polesu.by/TG/index . - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный. В научно-практическом журнале публикуются оригинальные результаты исследований по широкому кругу проблем туризма и гостеприимства. http://ojs.polesu.by/TG/about
Сервис plus : научный журнал : сайт / Российский государственный университет туризма и сервиса. - Черкизово (Московская область), 2007. - URL: http://philosoph.ru/polnotekstovyi-arkhiv . - Режим доступа: свободный. - Текст: электронный. Научное издание по актуальным проблемам теории и методологии сервиса. Публикуются работы в сфере гуманитарных наук, затрагивающих проблемы туризма и сервиса. Журнал рассчитан на широкий круг читателей, интересующихся опытом межотраслевых исследований. Входит в Перечень ВАК.TURIZM.RU - официальный портал об отдыхе, путешествиях и туризме : сайт - Москва, 2005. - URL: https://www.turizm.ru/ . - Текст: электронный. КонсультантПлюс : справочно правовая система: [сайт]. - Москва, 1997. - 2021. - URL: http://www.consultant.ru/about/ . - Режим доступа: с компьютеров университета (локальная версия). - Текст: электронный. Масштабные некоммерческие проекты КонсультантПлюс разработаны в помощь бухгалтерам и финансовым специалистам, юристам, студентам юридических и экономических специальностей. http://philosoph.ru/polnotekstovyi-arkhiv