

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт международных отношений  
Отделение Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной деятельности КФУ

\_\_\_\_\_ Д.А. Таюрский

"\_\_" \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

## **Программа дисциплины**

Формирование стратегических маркетинговых программ развития туризма

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм

Профиль подготовки: Международный туризм

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Галанин С.Ф. (Кафедра всемирного культурного наследия, Высшая школа исторических наук и всемирного культурного наследия), SFGalanin@kpfu.ru

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-4	Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

основы информационной и библиографической культуры, основные информационно-коммуникационные технологии, основные требования информационной безопасности, источники получения информации по объекту туристского продукта, теоретические основы и методы проектирования в туризме, основные функции исполнителей в организации туристской деятельности, основы социальной политики государства применительно к сфере туризма, прикладные методы исследовательской деятельности в туризме

Должен уметь:

решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта, применять основные методов проектирования в туризме, обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме, организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, применять прикладные методы исследовательской деятельности в туризме

Должен владеть:

информационной и библиографической культурой, информационно-коммуникационными технологиями, основами информационной безопасности, навыками работы с различными источниками информации по объекту туристского продукта, теоретическими основами проектирования, основными методами проектирования в туризме, методами проектной деятельности в туризме, навыками организации работы исполнителей и принятия решений в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, навыками применению прикладных методов исследовательской деятельности в туризме

Должен демонстрировать способность и готовность:

- организовывать маркетинговую деятельность туристической организации;
- планировать маркетинговые мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях;
- осуществлять контроль маркетинговой деятельности;
- обеспечивать рациональное использование финансовых средств, выделяемых на маркетинг;
- формулировать цель и задачи маркетингового исследования;
- организовывать сбор первичной и вторичной информации;
- анализировать рынок и рыночную конъюнктуру;
- изучать поведение потребителей, а также их мотивы и предпочтения;
- анализировать деятельность конкурентов;
- сегментировать рынок, позиционировать товары и определять ключевые факторы успеха на выбранных целевых сегментах;
- оценивать и прогнозировать спрос, емкость рынка, рыночную долю предприятия;
- формировать ассортиментную политику туристической организации;
- рассчитывать цены, обосновывать скидки и надбавки к цене;
- активно использовать ценовые инструменты в конкурентной политике;

- прогнозировать развитие спроса и продаж;
- развивать коммуникативные связи предприятия с рынком, повышать осведомленность потребителей об услугах организации;
- проводить (или заказывать) рекламные кампании и осуществлять мероприятия по стимулированию сбыта;
- формировать положительное общественное мнение (имидж) о компании и ее услугах.

## 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.06 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 43.04.02 "Туризм (Международный туризм)" и относится к обязательным дисциплинам.

Осваивается на 1 курсе в 2 семестре.

## 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 18 часа(ов), в том числе лекции - 8 часа(ов), практические занятия - 10 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 117 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 9 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен во 2 семестре.

## 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Понятие маркетинга, его цели, принципы и функции, стратегия маркетинга в туризме	2	2	2	0	20
2.	Тема 2. Роль маркетинговой среды в формировании стратегических маркетинговых программ развития туризма	2	1	1	0	20
3.	Тема 3. Исследования как основа разработки стратегических маркетинговых программ развития туризма	2	1	1	0	20
4.	Тема 4. Изучение спроса в ходе маркетинговых исследований	2	1	1	0	16
5.	Тема 5. Изучение потребителей	2	1	1	0	16
6.	Тема 6. Изучение конкурентов	2	1	2	0	16
7.	Тема 7. Маркетинговое исследование рыночных цен	2	1	2	0	9
	Итого		8	10	0	117

### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

#### Тема 1. Понятие маркетинга, его цели, принципы и функции, стратегия маркетинга в туризме

1. Понятие маркетинга.
2. Цели маркетинга.
3. Принципы и функции маркетинга.
4. Основные тенденции развития маркетинга.
5. Основные теории маркетингового управления предприятием.

6. Товарный маркетинг.
7. Маркетинг как один из важнейших элементов формирования стоимости организации.
8. Электронный маркетинг.
9. Бренд: основные понятия. Бренд-менеджмент.
10. Маркетинг отношений.
11. Экономическая функция туризма.
12. Основные потребности туристов. Дополнительные потребности туристов.
13. Сущность и классификация туристских услуг.
14. Факторы, оказывающие влияние на развитие туристских услуг.
15. Специфика туристского потребления.
16. Специфика маркетинга в туризме.
17. Основные элементы комплекса маркетинга туристских услуг
18. Маркетинговые коммуникации.
19. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

## **Тема 2. Роль маркетинговой среды в формировании стратегических маркетинговых программ развития туризма**

1. Сущность и структурные элементы среды маркетинга.
2. Экономическая среда маркетинга.
3. Политико-правовая среда маркетинга.
4. Факторы культурной среды международного маркетинга.
5. Индекс потребительской уверенности в туризме,
6. Современное состояние туристской отрасли в России и Республике Татарстан.
7. Структура туристических потоков.
8. Российские туристы.
9. Внешняя макро среда маркетинга.
10. Внешняя микро среда маркетинга.
11. Внутренняя среда маркетинга.

## **Тема 3. Исследования как основа разработки стратегических маркетинговых программ развития туризма**

1. Сущность и основные направления маркетинговых исследований.
2. Виды маркетинговой информации.
3. Состав и характеристика методов маркетинговых исследований.
4. Этапы маркетинговых исследований.
5. Изучение потребителей.
6. Сегментация рынка.
7. Позиционирование товара на рынке.
8. Виды позиционирования.
9. Определение "ниши" позиционирования.
10. Замещающее позиционирование.
11. Теория УТП.

## **Тема 4. Изучение спроса в ходе маркетинговых исследований**

1. Основные подходы к изучению спроса в ходе маркетинговых исследований.
2. Основы формирования спроса на товар.
3. Оценка емкости рынка.
4. Методы определения уровня спроса.
5. Показатели, используемые для оценки спроса.
6. Виды спроса на товар/услугу.
7. Методы оценки емкости рынка конечных потребителей.
8. Методы оценки емкости рынка корпоративных потребителей.
9. Показатели, используемые для оценки спроса.
10. Оценка эластичности спроса на товар/услугу.

## **Тема 5. Изучение потребителей**

1. Наука о потребителе: развитие и современное состояние.
2. Основные факторы, определяющие поведение потребителей.
3. Основные направления изучения потребителей.

4. Уровень удовлетворенности запросов.
5. Намерения потребителей.
6. Процесс принятия решения о покупке
7. Поведение потребителя во время и после совершения покупки.
8. Мотивация потребителей.
9. Психология потребителей.
10. Рациональная и эмоциональная составляющие в принятии потребительского решения.

#### **Тема 6. Изучение конкурентов**

1. Цели Изучения конкурентов.
2. Привлекательность и конкуренция в туристической отрасли.
3. Выявление основных конкурентов.
4. Определение силы позиции конкурентов.
5. Методика исследования основных конкурентов.
6. Принципы конкурентного анализа.
7. Сильные и слабые стороны конкурентов как основа позиционирования.
8. Основные конкурентные факторы в индустрии туризма.
9. Основные методы конкурентной борьбы в сфере туристической индустрии.
10. Маркетинговые коммуникации как инструмент конкуренции.

#### **Тема 7. Маркетинговое исследование рыночных цен**

1. Цена как рыночный фактор.
2. Неценовая конкуренция.
3. Маркетинговое исследование рыночных цен - основные направления.
4. Методы исследования цен.
5. Мониторинг цен.
6. Методика оценки уровня конкурентоспособности цен.
7. Изучение ценовой эластичности.
8. формирование цены на рынке.
9. Возможности ухода от ценовой конкуренции.
10. Понятие "цена-качество" услуги.

#### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

И. Г. Мельникова Маркетинг в туризме. Курс лекций - <http://www.lib.uniyar.ac.ru/edocs/iuni/20120110.pdf>

И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова - Маркетинг ТУРИЗМА - [https://www.russiatourism.ru/data/File/news\\_file/GONCHAROVA\\_Marketing\\_ELBIB.pdf](https://www.russiatourism.ru/data/File/news_file/GONCHAROVA_Marketing_ELBIB.pdf)

Маркетинг в туризме. Учебник - [http://tempus.bseu.by/files\\_new1/06\\_2219\\_marketing\\_v\\_turisme.pdf](http://tempus.bseu.by/files_new1/06_2219_marketing_v_turisme.pdf)

#### **6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

### 7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

### 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Квартальнов В.А. Туризм - [http://tourlib.net/books\\_tourism/kvartalnov\\_tourism13.htm](http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism13.htm)

Маркетинг в туризме - <http://fb.ru/article/37489/marketing-v-turizme>

Маркетинг в туризме - [http://studbooks.net/824059/marketing/suschnost\\_marketinga\\_turizme](http://studbooks.net/824059/marketing/suschnost_marketinga_turizme)

Особенности маркетинга в сфере туризма - <http://be5.biz/ekonomika1/r2011/1732.htm>

Сущность и особенности маркетинга в туризме - <https://studfiles.net/preview/4242099/page:2/>

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Во время лекции рекомендуется вести конспект учебного материала. Особое внимание должно быть обращено на определения, категории, формулировки, раскрывающие содержание важнейших вопросов лекции, а также фиксировать научные выводы и практические рекомендации. Также рекомендуется отмечать эффективные приемы ораторского мастерства лектора для последующего их использования в процессе освоения ораторского искусства. Обращать внимание на логику изложения материала, структуру его подачи, систему аргументов и доказательств основных положений лекции. Рекомендуется оставлять в конспектах лекции поля, на которых можно делать определенные отметки и комментарии из рекомендованной литературы, а также в результате самостоятельного осмысления и работы над конспектом лекции. Поля позволяют подчеркнуть важность наиболее значимых положений лекции. Рекомендуется задавать преподавателю по итогам прослушанной лекции вопросы, особенно по наиболее значимым или не вполне выясненным в процессе лекции моментам.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	<p>Разъяснения по выполнению заданий к практическим занятиям:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно изучите материал по указанной теме.</li> <li>2. Познакомьтесь с соответствующими разделами основной и дополнительной литературы. Используйте справочную литературу и Интернет-ресурсы.</li> <li>3. Выполняйте все домашние задания вовремя.</li> </ol> <p>Устный опрос проводится на практических занятиях. Обучающиеся выступают с докладами, сообщениями, дополнениями, участвуют в дискуссии, отвечают на вопросы преподавателя. Оценивается уровень домашней подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.</p> <p>При оценке подготовленности студента к практическим занятиям преподавателем оцениваются:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей.</li> <li>2. Соответствие выводов и их убедительность.</li> <li>3. Степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению).</li> <li>4. Качество и ценность полученных результатов (спорность или однозначность выводов).</li> <li>5. Использование литературных источников.</li> <li>6. Культура изложения.</li> </ol>
самостоятельная работа	<p>Важнейшим видом самостоятельной работы является изучение вопросов курса с привлечением основной и дополнительной литературы. При самостоятельном изучении рекомендованной литературы следует делать конспект.</p> <p>Правила конспектирования:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Записать название конспектируемого произведения (или его части) и выходные данные.</li> <li>2. Прочитать текст и осмыслить основное его содержание.</li> <li>3. Составить план - основу конспекта.</li> <li>4. Конспектируя, оставить место (широкие поля) для дополнений, заметок, записи незнакомых терминов, требующих разъяснений.</li> <li>5. Запись вести своими словами, это способствует лучшему осмыслению текста.</li> <li>6. Применять определенную систему подчеркивания, сокращений, условных обозначений.</li> <li>7. Можно пользоваться цветом для выделения тех или иных информативных узлов в тексте. У каждого цвета должно быть строго однозначное, заранее предусмотренное назначение.</li> </ol>
экзамен	<p>Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в устной или письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Студенту дается время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий. В период подготовки к экзамену студенты могут получить у экзаменатора - преподавателя, проводивший лекционный курс индивидуальные и групповые консультации. Подготовка к экзамену - это завершающий, наиболее активный этап самостоятельной работы студента над учебным курсом. Студенту необходимо внимательно разобраться в записях лекций и в материалах практических занятий, систематизировать и упорядочить накопленные знания. Каждая тема имеет свои узловые, основные, концептуально обобщающие вопросы, вокруг которых собирается все остальное. Это своеобразные 'проверочные' вопросы перед экзаменом, на них следует обратить внимание. Студент, способный на них ответить, может считать себя подготовленным, к экзамену. Экзамен проводится по билетам, в каждом из них поставлены два вопроса из разных частей (тем) учебного курса. Экзамен проводится в форме свободной беседы, в которой экзаменуемый может выражать свою точку зрения, но обязательно с соответствующей аргументацией.</p>

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

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

#### 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)



Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

## **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 43.04.02 "Туризм" и магистерской программе "Международный туризм".

Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.О.06 Формирование стратегических маркетинговых  
программ развития туризма

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм  
Профиль подготовки: Международный туризм  
Квалификация выпускника: магистр  
Форма обучения: заочное  
Язык обучения: русский  
Год начала обучения по образовательной программе: 2019

**Основная литература:**

Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм [Электронный ресурс]: Учебник для студентов вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. ? 4-е изд., перераб. и доп. ? М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017.? 1071 с. - ISBN 978-5-238-01263-6. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028517>

Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]: Учебно-практическое пособие / Муртузалиева Т.В., Розанова Т.П., Тарасенко Э.В. - М.: Дашков и К, 2017. - 166 с. ISBN 978-5-394-02710-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937237>

Менеджмент в туристской индустрии [Электронный ресурс]: Учебник / Баумгартен Л.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-9558-0480-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/536346>

**Дополнительная литература:**

Моисеева Н.К., Маркетинг и турбизнес [Электронный ресурс] : учебник / Н.К. Моисеева. - М. : Финансы и статистика, 2009. - 496 с. - ISBN 978-5-279-03316-4 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279033164.html>

Маркетинг в туризме [Электронный ресурс]: Учебник / Абабков Ю.Н., Абабкова М.Ю., Филиппова И.Г.; Под ред. Богданова Е.И. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 214 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-010337-2 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/484840>

Маркетинг в туризме [Электронный ресурс]: Учебное пособие / А.П. Дурович. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 316 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-009967-5 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/478256>

Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.О.06 Формирование стратегических маркетинговых  
программ развития туризма

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 43.04.02 - Туризм

Профиль подготовки: Международный туризм

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: заочное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2019

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.