

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ В СОЦИАЛЬНО- КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

Кафедра рекреационной географии и устойчивого развития
Образовательная программа

05.03.02 ГЕОГРАФИЯ

Профиль подготовки **Рекреационная география и туризм**

Уровень высшего образования **бакалавриат**

Форма обучения **очная**

Статус дисциплины: **вариативная по выбору**

Махачкала, 2018

Рабочая программа дисциплины «Техника и технологии в социально-культурном сервисе и туризме» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 05.03.02 -география (бакалавриат) от «7» августа 2014г. № 955

Разработчики: кафедра рекреационной географии и устойчивого развития,
Гусейнова Н.О., к.б.н., доцент
Раджабова Р.Т., к.б.н., доцент
Меджидова Э.М. ст. преподаватель

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры рекреационной географии и устойчивого развития от
от «27» августа 2018 г., протокол № 1

Зав. кафедрой:  Абдулаев К.А.
(подпись)

на заседании Методической комиссии Института экологии и устойчивого
развития при ФГБОУ ВО ДГУ от «29» августа 2018 г., протокол № 1.

Председатель  Теймуров А.А.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим

управлением «31» августа 2018 г. 
(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Техника и технологии в социально-культурном сервисе и туризме» входит в вариативную обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 05.03.02 -география

Дисциплина реализуется в Институте экологии и устойчивого развития при ФГБОУ ВО ДГУ кафедрой рекреационной географии и устойчивого развития.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием представлений о профессиональной деятельности бакалавров, включающей организацию деятельности предприятий сервиса как в целом, так и организацию процессов оказания услуг, обеспечивающих оптимальную инфраструктуру обслуживания на основе анализа потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг, менеджмента качества. В рамках изучения дисциплины рассматриваются вопросы: разработки технологии процесса сервиса, выбора ресурсов и технических средств, для его реализации; организации технологического процесса сервиса; анализ специфических особенностей услуг в контексте технологии их организации; технологии менеджмента качества; технологии управления процессом оказания услуг.

Важнейшей составляющей дисциплины является разработка элементов оптимизации сервисной деятельности, изучение методов совершенствования и оптимизации бизнес-процессов, инструментов качества; методов совершенствования взаимоотношений с клиентами.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных - ОПК-9, профессиональных - ПК-8.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, лабораторные занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме *контрольная работа, номенклатура (знание карты мира, денежных единиц и валют стран, центры международного туризма), тестирование* и промежуточный контроль в форме *зачета*.

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в том числе в академических часах по видам учебных

Семе стр	Учебные занятия						СРС, в том	Форма промежуточной аттестации - зачет/экзамен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподавателем							
	Всег о	из них						
Лекц ии		Лаборато рные занятия	Практич еские занятия	КСР	консульт ации			
7	108	12	10	-	-		86	зачет

занятий

1.Цели освоения дисциплины

Цель: Дисциплина «Техника и технологии в социально-культурном сервисе и туризме» связана с формированием комплекса знаний о профессиональной деятельности бакалавров, включающей процессы сервиса, обеспечивающие предоставление услуг потребителю в системе согласованных рыночных отношений.

Целями освоения учебной дисциплины являются:

- создание системы знаний и умения их применять при разработке практических решении в

области технологии организации деятельности предприятий социальнокультурного сервиса; технологии организации и управления процессом оказания и продвижению услуг; технологии разработки услуг, технологии качества услуг и его непрерывного улучшения.

- овладение современными технологиями и методами организации деятельности предприятий социально-культурного сервиса, в особенности технологиями оптимизации сервисной деятельности; технологиями диагностики и совершенствования объектов сервиса. *Задачей дисциплины* «Техника и технологии в социально-культурном сервисе и туризме» является формирование у студентов целостного представления о сервисной деятельности, включающей следующие виды: сервисная, производственно-технологическая, организационно-управленческая, научно-исследовательская, на основе системного подхода к решению проблем сферы сервиса.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Техника и технологии в социально-культурном сервисе и туризме» входит в *вариативную обязательную* часть образовательной программы *бакалавриата*(Б1.В.ОД.8) по направлению 05.03.02 - география.

Она тесно связана с другими учебными курсами: рекреационная география, география, физическая география и ландшафты России и мира, социально-экономическая география России и Мира, георурбанистика, география населения с основами демографии, которые характеризуют условия, необходимые для успешного развития туризма. Дисциплина «Основы рекреационной географии и туризма» дает представление об одном из возможных путей прикладного использования географических знаний, расширяет круг объектов и явлений, актуальных для географического исследования.

Освоение дисциплины «Техника и технологии в социально-культурном сервисе и туризме» необходимо для подготовки профессиональных специалистов географической науки профиля рекреационная география и туризм, последующего изучения дисциплин «краеведение и туризм», «транспортное обеспечение в туризме», «методика разработки туристско-рекреационных проектов», «техника и технология в социально-культурном сервисе и туризме» и др. и последующего прохождения производственной практики.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- основные понятия географии и сферы туризма;
- методы и средства процесса сервиса;
- специфику основных регионов и ведущих государств мира;
- принципы размещения туристских ресурсов; •
- географическую номенклатуру;
- социально экономическую специфику основных регионов и ведущих государств мира;
- страны и регионы мира, их виды и основные особенности развития;
- социально-экономическую специфику основных регионов и ведущих государств мира;
- виды ресурсов, используемых для развития туризма;
- географию различных видов туризма.

Уметь:

- предоставление услуги потребителю, в том числе с учетом социальной политики государства;
- ориентироваться в системе рекреационных понятий и применять их в практической деятельности;
- составлять комплексную туристско-рекреационную характеристику страны;
- проводить конъюнктурный анализ макросреды страны для развития туризма;
- свободно ориентироваться по картам физическим, социально-экономическим, политическим;
- давать характеристику отдельным элементам природной среды;
- устанавливать систему взаимосвязей между природной средой и хозяйственной деятельностью субъекта туристской индустрии;

- использовать теоретические и практические знания курса при написании рефератов и курсовых работ, в практической деятельности.

Владеть:

- основами географии и туристской регионалистики;
- навыками географического анализа природных, социальных и экономических ресурсов;
- методами оценки туристских ресурсов
- разработкой элементов оптимизации сервисной деятельности;
- методикой исследований потребительского спроса;
- навыками участия в исследовании и реализации методов управления качеством услуг.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ОПК-9	способностью использовать теоретические знания на практике	<p>Знает: теоретические основы рекреационной географии, туристско-рекреационной деятельности, страноведения и международного туризма, .</p> <p>Умеет: проводить комплексную оценку туристского потенциала территории, выделять активизирующие и лимитирующие факторы развития международного туризма.</p> <p>Владеет: навыками работы картографической и статистической информацией и их анализом.</p>
ПК-8	способностью применять и анализировать методы рекреационно-географических исследований, оценивать механизмы организации рекреационно-туристской отрасли, основы ее эффективности	<p>Знает технологии организации деятельности предприятий социально-культурного сервиса. основы организации технологических процессов сервиса</p> <p>Умеет: определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг, осуществлять производственно-технологическую деятельность;</p> <p>применять методы управления качеством</p> <p>Владеет: методами проектирования и анализа бизнес-процессов предприятий социально-культурного сервиса умением обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом социальных факторов, приемами и методами разработки процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя, приемами разработки и осуществления контроля выполнения регламента.</p>

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Д Т С М Е И	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль		
М[одуль 1.									
1	Понятие техники и технологии в туризме. Характеристика социально-культурного сервиса и туризма.	6		2		1		12	Опрос, работа с литературой и справочной информацией.
2	Производство и реализация туристской услуги как продукта туристского бизнеса.	6		1		1		10	Опрос, тестирование, работа с литературой и справочной информацией.
3	Технология проектирования отдельных видов туристических услуг.	6		1				8	Опрос, тестирование, обзор литературы
<i>Итого по модулю 1:</i>				4		2		30	36
М[одуль 2.									
4	Инфраструктура туризма.	6		1		1		12	Опрос, тестирование, работа со статистической и справочной информацией, географическими картами и атласами.
5	Автоматизированные системы бронирования в туризме.	6		1		1		8	Опрос, тестирование, работа со статистической и справочной информацией, географическими картами и атласами, электронными

								информационными ресурсами	
6	Критерии успеха новых технологий в туризме.			1		1		5	Опрос, тестирование, обзор литературы
7	Техника и технология в гостиничном бизнесе.			1				4	Опрос, тестирование, обзор литературы
Итого по модулю 2:				4		3		29	36
Модуль 3.									
8	Материально-техническая база гостиничного хозяйства.	6		2		2		6	Опрос, тестирование, работа со статистической и справочной информацией, географическими картами и атласами, электронными информационными ресурсами
9	Особенности построения комплекса инженерных систем отеля.	6		1		2		6	Опрос, тестирование, работа со статистической и справочной информацией, географическими картами и атласами, электронными информационными ресурсами
10	Современные технологии в гостиничном бизнесе.	6		1		1		5	Опрос, тестирование, работа со статистической и справочной информацией, географическими картами.
Итого по модулю				4		5		27	36
Зачет									
ИТОГО:				12		10		86	108

4.3.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

4.3.1.Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1. 1. Понятие техники и технологии. Характеристика социально-культурного сервиса и туризма. Техника и технология в туризме.

Технология. Сущностная характеристика; основные понятия, определения и специфические особенности. Характерные признаки объективной действующей технологии.

Роль технологий в организации различных направлений деятельности предприятия сервиса в

соответствии с функциональными областями. Основные элементы производственного менеджмента предприятия. Элементы сервисной системы оказания услуг. Проблемы менеджмента предприятий сервиса и технологии их решения.

Технологии управления персоналом предприятия социально-культурного сервиса. Характеристика технологий целевого и процессорного управления. Отличительные особенности технологий процессорного управления: управление по результатам, управление путем постоянных проверок и указаний, управление на базе потребностей и интересов, управление в исключительных случаях, управление на базе активизации деятельности персонала, управление на базе искусственного интеллекта.

2. Производство и реализация туристской услуги как продукта туристского бизнеса.

Факторный анализ специфических особенностей услуг в контексте технологии их организации. Специфика услуг как товара. Классификационные направления и группы услуг, удобные для экономического и технологического анализа. Градация услуг по степени осязаемости-неосязаемости; группировка услуг по Гренроосу; по критериям «относительное вовлечение товара» и «степень взаимодействия потребитель - производитель»; по объектам воздействия, членение услуг по их функциональной сущности. Классификация услуг по степени потребности в материальных ресурсах, по критериям «объект воздействия/степень осязаемости процесса обслуживания», по уровню технологий и их роли в обеспечении качества.

Разработка и создание услуг и системы доставки услуг в сфере социально-культурного сервиса. Разработка качества и ценности услуги. Инструменты для разработки качества и ценности услуг: комплексное проектирование, применение функций качества «Дом качества», Анализ видов отказов из-за ошибки проектирования, Функциональностоимостной анализ. Принципы разработки услуги. Процесс разработки услуги: технологии этапов процесса: разработка, тестирование, создание услуги и освоение рынка.

Технология проектирования отдельных видов туристических услуг.

Порядок проектирования услуг. Разработка программы обслуживания. Технологические документы туристского предприятия. Туристские формальности. Туристская виза. Транзитная виза. Ваучеры. Страхование и медицинское обеспечение в туризме. Основные виды страхования.

Модуль 2.

1. Инфраструктура туризма. Классическая триада туризма. Материальная основа туризма. Предприятия, способствующие производству туристского продукта.

Использование системы бронирования турпродукта и гостиничного номера через систему ИНТЕРНЕТ. Преимущества бронирования турпродукта через систему ИНТЕРНЕТ. Развитие Интернет- бронирования в российской туристском бизнесе.

2. Критерии успеха новых технологий в туризме. Практическое использование новых технологий. Эффективная кадровая политика. Объективный отбор технических программ. Разработка и внедрения технологий. Исследовательский процесс и сотрудничество ученых и руководства туристских компаний в процессе разработки и внедрения технологий.

Техника и технология в гостиничном бизнесе. Классификация гостиниц. Стандарты, рекомендуемые для классифицированных гостиниц. Базовые технологии обслуживания.

Модуль 3

1. Материально-техническая база гостиничного хозяйства. Основные технологические службы и порядок их деятельности: служба управления номерным фондом (СПиР, служба горничных, служба портье, инспектор по уборке номеров, служба безопасности и др.); административная служба (секретариат, финансовая служба, кадровая служба, инспекторы по пожарной безопасности и технике безопасности и др.); служба общественного питания (кухня, ресторан, служба банкетинга, служба работников ресторана и др.);

2. Современные технологии в гостиничном бизнесе. Программное обеспечение интерфейсов как сегмент системы управления гостиничным имуществом, включающий программные модули:

текущая продажа, управление энергетическими ресурсами, телефонные счета, система электронного запираания, программное обеспечение персональных компьютеров, мини -бары, демонстрации видеофильмов. Система сбора и обработки информации (ССОИ). Программное обеспечение ССОИ.

4.3.2.Содержание лабораторных занятий по дисциплине.

Тема 1. Технологии организации деятельности туристской фирмы

Сущностная характеристика услуги, ее содержание и специфика. Классификационный анализ услуги. Проблемы организации и реализации услуг. Критерии и психологические мотивы выбора услуг клиентами: наличие информации; ощущаемый риск; доверие марке, ощущаемые качества услуги.

Факторный анализ специфических особенностей услуг в контексте технологии их организации.

использование метода мозгового штурма, обсуждение. Анализ технологий организации предприятий сервиса по заданному направлению: примеры деятельности различных фирм, общие подходы к технологии, современные технологии.

Предлагаемые к анализу виды деятельности: Организация спортивных, культурных мероприятий, корпоративных праздников. Организация выставок, презентаций, переговоров; организация рекламных услуг. Услуги делового гостеприимства - организация конференций, семинаров, прием деловых партнеров. Клининговые услуги. Услуги праздничного агентства. Услуги индустрии моды и красоты. Комплекс услуг в семье. Общественно и индивидуально организованные услуги дополнительного образования. Сервисное обеспечение основных процессов жизнедеятельности и развития творческого потенциала личности. Торговля и общественно и индивидуально организованные потребительские услуги.

Студенты самостоятельно вне рамок аудиторного занятия готовят материал и предоставляют его на практическом занятии в виде краткого презентационного доклада для обсуждения и оценки в группе. По итогам обсуждения и самооценки результаты работы корректируются и сдаются на проверку преподавателю.

Тема 2. Современные технологии организации предприятий социально-культурного сервиса.

Дискуссия и обсуждение самостоятельно подготовленного конкретного практического материала по направлениям:

- Формирование клиентской базы.
- Управление запасами.
- Организация процесса обслуживания.
- Технологии привлечения клиента.
- Технологии продаж.
- Прогрессивные формы обслуживания.
- Управление спросом и предложением.
- Методы работы с жалобами.
- Сервисные технологии
- Технологии «Психологическая упаковка» услуг и др.
(возможно использование «StudyCase.»)

Тема 3.Технологические аспекты сервисной деятельности в социально-культурной сфере . Решение конкретной практической задачи «Организация процесса обслуживания».

Выполнить анализ факторов влияющих на организацию процесса обслуживания. Выбор форм и методов обслуживания в соответствии с технологическими особенностями услуги и предпочтениями клиентов.

Определить виды, содержание и технологии выполняемых работ по организации процесса предоставления услуг по выбранному виду деятельности. Дать поэлементную детальную характеристику процессов сотрудников контактной зоны и процессов обслуживания клиентов: схемы процесса принятия заказа клиента, процессы продаж, процессы обслуживания.

Задание выполняется по заданному виду деятельности, на основе, изучения организации процесса обслуживания конкретной фирмы (место практики или работы студента). Задание может выполняться студентами, как совместно на практических занятиях с, так и самостоятельно вне рамок аудиторного занятия с обоснованным предоставлением его результатов на практическом занятии для обсуждения и оценки в группе. По итогам обсуждения и самооценки результаты работы корректируются и сдаются на проверку преподавателю.

Организация обслуживания потребителя. Дискуссия и обсуждение самостоятельно подготовленного конкретного практического материала по направлениям:

Проблемы, возникающие при оказании услуг и методы их разрешения.

Факторы, влияющие на процесс обслуживания
Негативное восприятие услуг потребителем. Риски клиентов.

Причины, препятствующие обращению потребителей в сервисную фирму

Привлечение клиента Управление спросом в очередях

Стандарты обслуживания, Стандарты поведения и др.

(возможно использование «StudyCase.»)

Тема 4. Защита прав и интересов туристов в зарубежных поездках

Зарубежный опыт по защите прав туристов при оказании туристских услуг.

Использование Франкфуртской таблицы по снижению цен за туристские поездки.

Специализированные службы поддержки туристов за границей.

Основные причины возникновения конфликтов между туристскими предприятиями и потребителем.

Порядок предъявления претензий и ответственности сторон согласно постановлению РФ №452 от 18.07.2007 "Правила оказания услуг по реализации туристских продуктов".

Тема 5. Обеспечение безопасности международных путешествий

Меры по организации безопасности международных туров.

Подготовка туристов к поездкам в районы с неблагоприятной санитарноэпидемиологической обстановкой.

Организация страхового обслуживания туристов.

Оказание медицинской помощи туристам за рубежом.

Оформление виз российским гражданам, выезжающим за рубеж.

Особенности приема иностранных туристов на территории России.

Соблюдение туристами правил ввоза и вывоза товаров и валюты.

Оценка состояния развития въездного туризма в Дагестан.

Влияние въездного туризма на платежный баланс края.

Мероприятия по повышению мультипликативного эффекта от въездного туризма.

Туристская инфраструктура региона как основной фактор производства туристского продукта.

Расширение ассортимента и повышение привлекательности въездных туров в Дагестан.

5.Образовательные технологии

В процессе преподавания дисциплины «Техника и технологии в социальнокультурном сервисе и туризме» применяются разнообразные виды образовательных технологий: лекции, лабораторные занятия, мини-конференции, диалоги, моделирование ситуаций, проектирования и групповой работы. Учебный материал подается с использованием современных средств визуализации (интерактивные лекции) с использованием метода проблемного изложения. На практических занятиях используются разбор конкретных ситуаций. Удельный вес занятий, проводимых в интерактивной форме, составляет 15% аудиторных занятий.

6.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Виды и порядок выполнения самостоятельной работы:

1. Изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы
2. Информационный поиск и работа с интернет-ресурсами.

3. Изучение географической номенклатуры и работа с картами и справочниками.
4. Выполнение лабораторно-практических работ, их анализ, составление резюме, выводов, рекомендаций, маршрутов и туров.

Задания для самостоятельной работы составлены по разделам и темам, по которым требуется дополнительно проработать и проанализировать рассматриваемый преподавателем материал в объеме запланированных часов.

Самостоятельная работа выполняется студентом в виде конспектирования первоисточника или другой учебной и дополнительной литературы, работа с тестами и вопросами для самопроверки, анализ статистических и фактических материалов, составление выводов на основе проведенного анализа и т.д., закрепления материала при выполнении практических работ по теме.

Самостоятельная работа должна быть систематической. Ее результаты оцениваются преподавателем и учитываются при аттестации студента (промежуточная аттестация по модулю, экзамен). При этом проводится тестирование, опрос, проверка лабораторнопрактических работ и их анализ.

Вопросы для самостоятельной работы студентов

1. Основные понятия: техника, технология, технология процессов, информационная технология.
2. Технологическая инфраструктура питания туристов.
3. Технология и её связь с техникой.
4. Инфраструктура развлечений туристов
5. Виды технологий, управление организацией индустрии туризма путем достижения конкурентных преимуществ.
6. Конкурентная среда туристского предприятия. Развитие туристского предприятия в конкурентной среде.
7. Признаки технологии
8. Технология процессов и информационные технологии управление организацией индустрии туризма путем достижения конкурентных преимуществ. Технология как конкурентное преимущество.
9. Анализ проблем технологизации сервисных услуг.
 10. Современные сервисные технологии.
 11. Бизнес-инструменты сервисной фирмы.
 12. Стандартизация в сфере услуг.
 13. Управление спросом и предложением в сфере услуг.
 14. Качество услуги и ее непрерывное улучшение.
 15. Прогнозирование спроса на услуги.
 16. Система управления запасами.
 17. Стратегические направления в сфере услуг.
 18. Проблемы управления трудовыми ресурсами в сфере услуг.
 19. Управление материальными запасами.
 20. Формирование клиентоориентированной политики сервисных фирм.
 21. Формирование клиентской базы.
 22. Анализ целевого рынка услуг.
 23. Технологии управления персоналом сервисной фирмы.
 24. Перспективные направления развития сервисных услуг.
 25. Элементы логистики в организации и продвижении услуг.
 26. Методы управления сервисными потребностями клиентов.
 27. Совершенствование методов продвижения и стимулирования услуг.
 28. Оценка уровня удовлетворенности клиентов.
 29. Методы оптимизации процессов сервисной фирмы.
 30. Объекты оптимизации в сфере социально-культурного сервиса.

31. Сетевое планирование процессов сервиса.
32. Выявление приоритетных потребностей населения в услугах.
33. Анализ спроса на различного вида услуги в окружающем социуме.
34. Анализ требований к подбору персонала клиентоориентированной фирмы.
35. Сегментирование рынка услуг.
36. Анализ удовлетворенности клиентов уровнем сервиса и качеством выполнения услуг.
37. Анализ расхождения качества обслуживания.
38. Анализ рынка услуг.
39. Анализ приоритетных представлениях потребителей о качестве предоставляемых услуг.
40. Анализ клиентских предпочтений
41. Анализ положения фирмы на рынке услуг. Позиционирование услуги.
42. Разработка программы исследования для решения практических ситуационных задач.

7.Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

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

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ОПК-9	Знает: теоретические основы рекреационной географии, туристско- рекреационной деятельности, страноведения и международного туризма, Умеет: проводить комплексную оценку туристского потенциала территории, выделять	Выполнение лабораторных работ, работа со справочниками и интернет- ресурсами, выполнение самостоятельных работ, подготовка презентационных материалов, организация и участие в мини-конференциях и круглых столах, туристских форумах

	<p>активизирующие и лимитирующие факторы развития международного туризма.</p> <p>Владеет: навыками работы картографической и статистической информацией и их анализом.</p>	и выставках.
ПК-8	<p>Знает технологии организации деятельности предприятий социальнокультурного сервиса. основы организации технологических процессов сервиса Умеет: определять стратегию потребительского спроса, обновления ассортимента товаров и услуг, осуществлять производственно-технологическую деятельность;</p> <p>применять методы управления качеством Владеть: методами проектирования и анализа бизнес-процессов предприятий социально-культурного сервиса умением обеспечить оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом социальных факторов, приемами и методами разработки процесса сервиса, соответствующего запросам потребителя, приемами разработки и осуществления контроля выполнения регламента.</p>	<p>Выполнение лабораторных работ, работа со справочниками и интернет-ресурсами, выполнение самостоятельных работ, подготовка презентационных материалов, организация и участие в мини-конференциях и круглых столах, туристских форумах и выставках.</p>

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.

Выделяются три показателя уровня сформированности компетенции: пороговый, базовый и продвинутый. Бакалавриат формирует пороговый и базовый уровни компетенции. Компетенции не являются непосредственными элементами содержания учебной дисциплины, поэтому оценка их формирования выполняется как экспертное представление преподавателя приблизительно по ниже представленным схемам формулировок.

7.2. Типовые контрольные задания

А) Контрольные работы.

1. Социально-экономические факторы развития сервиса.
2. Сущностная характеристика практической технологии.
3. Характерные признаки практической технологии.
4. Виды технологий по объекту воздействия.
5. Отличительные особенности и свойства услуг как товара.
6. Отличительные особенности и свойства услуг как процесса.
7. Сущность факторного анализа специфики услуг в контексте технологии.
8. Проблемы менеджмента услуг.
9. Технологии решения проблем менеджмента сервисной фирмы.
10. Технично-производственная база предприятия.
11. Компоненты производственно-технологической структуры сервисного предприятия.
12. Технологии организации системы доставки услуг.
13. Ресурсы производственного процесса предприятия.
14. Преобразовательные процессы сервисной фирмы.
15. Экономический потенциал фирмы.
16. Структура производственного процесса предприятий сервиса.
17. Принципы организации производственного процесса.
18. Отличительные признаки технологий.
19. Виды технологических процессов.
20. Компоненты процесса обслуживания.
21. Формы организации технологических процессов.
22. Основные и обеспечивающие процессы сервисной фирмы.
23. Типы технологий организации услуг.
24. Структура процесса оказания услуг.
25. Функции организации труда.
26. Основные способы повышения производительности труда в сфере сервиса.
27. Сущностная характеристика организации рабочих мест.
28. Виды норм и нормативов труда.
29. Методы анализа затрат рабочего времени.
30. Методы нормирования труда.
31. Показатели уровня организации основного производства.
32. Классификация затрат рабочего времени.
33. Определение бизнес-процесса.
34. Классификация бизнес-процессов сервисной фирмы.
35. Характеристика входов бизнес-процессов.
36. Характеристика выходов бизнес-процессов.
37. Преимущества процессного подхода к организации предприятий сервиса.
38. Алгоритм ранжирования бизнес-процессов организации.
39. Виды изменений в организации .
40. Область применения метода «Тестирование критериев».
41. Метод определения проблемности технологических процессов.
42. Составляющие оценки важности бизнес-процессов организации.
43. Область применения метода анализа работ «Метод пяти вопросов».
44. Формализованные универсально-принципиальные методы оптимизации процессов.
45. Формализованные универсально-принципиальные методы устранения несоответствия результатов требованиям.
46. Примеры использования метода «Интеграция с клиентами и поставщиками бизнес-процесса».
47. Примеры использования метода «Организация точек контроля».

48. Примеры использования метода параллельного выполнения работ.
49. Сущность метода устранения временных разрывов.
50. Сущность метода согласования результатов с требованиями.
51. Цели применения метода «Разработка нескольких вариантов бизнес-процесса».
52. Назначения метода «Построение блок-схемы процесса».
53. Методы документирования процессов.
54. Отличительные особенности методов «Выявление критического инцидента» и «Диаграмма Парето». Область их применения.
55. Алгоритм построения диаграммы причинно-следственных связей.
56. Назначение инструментов качества: гистограмма, диаграмма рассеивания.
57. Методы статистического контроля результативности процессов.
58. Сущность метода «Анализ коренной причины».
59. Методы разработки качества услуги.
60. Примеры главных категорий диаграммы Исикавы «рыбий скелет» для сферы сервиса.
61. Назначение матрицы ответственности.
62. Характеристика метода соответствия полномочий и ответственности.
63. Назначение методов ликвидации «провисания» и разграничения ответственности.
64. Использование метода эффективного выполнения работы на предприятиях сервиса.
65. Виды сервисных и потребительских ошибок.
66. Примеры использования метода «Пока-йока» в процессах предоставления услуг.
67. Примеры бенчмаркинга в сервисе.
68. Сущность и технологии метода точек соприкосновения.
69. Преимущества и недостатки специализации сервисных услуг
70. Компоненты сервисной системы.
71. Ресурсы производственной системы сервисной фирмы.
72. Проблемы, возникающие при оказании услуг
73. Дать определение «модель предложение».
74. Принципы организации обслуживания потребителей.
75. Какими показателями можно характеризовать уровень организации обслуживания клиентов.
76. Методы и формы обслуживания.
77. Дать понятие «моменты истины».
78. Слагаемые культуры обслуживания.
79. Способы приема заказов и заявок на услуги.
80. Методы организации взаимодействия с потребителями.
81. Факторы положительного действия на развитие услуг.
82. Факторы отрицательного действия на развитие сферы сервиса.
83. Отличительные особенности труда работников сферы сервиса.
84. Особенности труда сотрудников контактной зоны.
85. Принципы планирования ассортимента.
86. Компоненты психологической упаковки услуги.
87. Критерии оптимальности уровня обслуживания.
88. Типы новинок и их характеристика.
89. Методы отбора и оценки идей нововведений.
90. Сущность стратегии диверсификации услуг.
91. Сущность стратегии дифференциации услуг.
92. Функциональное и технологическое качество сервисной услуги.
93. Особенности и проблемы оценки качества услуг.
94. Показатели качества услуги.
95. Факторы, определяющие выбор и установление требований и показателей качества.
96. Базовые потребительские ценности услуг.
97. Дополнительные потребительские ценности услуг.

98. Внутренние и внешние факторы влияющие на качество услуг.
99. Восемь принципов системы менеджмента качества.
100. Восстановление услуги как способ повышения качества.
101. Принципы всеобщего качества.

Б) Контрольные вопросы на зачет

Основные понятия: техника, технология, технология процессов, информационная технология.

Технологическая инфраструктура питания туристов.

Технология и её связь с техникой.

Инфраструктура развлечений туристов Виды технологий.

управление организацией индустрии туризма путем достижения конкурентных преимуществ.

Конкурентная среда туристского предприятия. Развитие туристского предприятия в конкурентной среде.

Признаки технологии

Технология процессов и информационные технологии

управление организацией индустрии туризма путем достижения конкурентных преимуществ. Технология как конкурентное преимущество.

Место техники в оказании услуг социально-культурного сервиса и туризма. Использование технических средств в оказании социально-культурных и туристских услуг.

Понятие «туристская отрасль»

Общая характеристика региональной отраслевой структуры социально-культурного сервиса и туризма. Использование технических средств в оказании социально-культурных и туристских услуг.

Технология в сфере услуг. Области применения технологий в социально-культурном сервисе и туризме.

Влияние развития технологий на создание новых услуг.

Основные статистические определения в туризме

Влияние технологических нововведений на эффективность туристского бизнеса. Стратегии развития бизнеса на базе новых технологий.

Современные прикладные программы автоматизации работы туристского офиса.

Автоматизация туроператорской деятельности.

Автоматизация деятельности туристских агентств. Автоматизация взаимоотношений с туроператорами. Ведение клиентской базы.

Ведение клиентской базы и работа с ней

Социально-экономические изменения в обществе как фактор развития социальнокультурного сервиса и туризма.

Системы автоматизированного учета в туризме. Автоматизация анализа данных и получение статистики. Автоматизация внутреннего документооборота. Мультимедийные справочники и каталоги.

Проблемы внедрения программного обеспечения.

Структура управления туристской отраслью в Дагестане.

Общественные организации и объединения участников регионального туристского рынка.

Техническое и технологическое обеспечение гостиниц.

Автоматизированные системы управления гостиницей (Асу): назначение, функциональные возможности.

Общая характеристика участников туристского рынка региона.

Современное состояние инфраструктуры туризма в регионе.

Гостиницы и другие средства размещения Объекты питания и развлекательные учреждения

Сравнительная характеристика основных систем управления гостиничным комплексом.

Техническое и технологическое оснащение ресторана.

Перспективные направления развития туризма в регионе.
Индустрия туризма как отрасль национальной экономики.
Комплексная автоматизация ресторанного бизнеса.
Информационная функция Интернет. Использование Интернет для формирования, продвижения и реализации турпродукта.
Современный туристский рынок и перспективы его развития.
Туристские фирмы: туроператоры и турагенты
Системы поиска и бронирования туров. Современные поисковые системы по турам.
Сайты туристских компаний. Технологические решения в привлечении и обслуживании клиентов.
Взаимодействие участников туристского рынка.
Место туристской фирмы в цепочке «производитель - потребитель»
Специфика рынка Интернет-продаж в туризме Туристическая информационно-поисковая система «Туры-Ру»
Движение туристских услуг на туристском рынке. Посреднические варианты реализации туристских услуг.
Общая характеристика составляющих туристской индустрии.
Суть электронной коммерции. Интернет-технологии электронной коммерции. Развитие электронного рынка туризма.
Технологии защищенной связи и защиты данных в электронной коммерции. Системы электронных платежей, электронные деньги.
Понятие инфраструктуры туризма. Значение развития инфраструктуры туризма.
Производственная составляющая инфраструктуры туризма.
Суть электронной коммерции. Интернет-технологии электронной коммерции. Развитие электронного рынка туризма. Сgm-системы.
Организация управления туристским комплексом в России.
Технологическая инфраструктура размещения туристов.
Тенденции развития мирового туризма. Современные трансформации мировой индустрии туризма.
Потенциальные возможности компьютерных технологий. Исследования и разработки в развитии мирового туристского бизнеса.
Перспективы развития технологических решений для турбизнеса.
Единое туристское информационное пространство.

В) Примерные тестовые вопросы для промежуточного и итогового контроля

1. В каком интервале находится показатель доли делового туризма в общем мировом туристском потоке (выберите верный вариант):

- а) 5-10%; в) 35-40%;
- б) 20-25%; г) 50-55%. 2

2. Доля туризма с целью отдыха в общем мировом туристском потоке составляет (выберите верный вариант):

- а) менее 2 0%; в) более 8 0%;
- б) около 60%; г) менее 10%.

3. Одним из основных направлений развития туризма в мире в период до 2020 г. является:

- а) деловой туризм; в) экологический туризм;
- б) космический туризм; г) религиозный туризм.

4. В каком интервале находится показатель доли экологического туризма в общем туристском потоке (выберите верный вариант):

- а) 30-40%; в) 50-60%;

б) 2-5%; г) 20-25%.

5. Главным туристским макрорегионом мира в настоящее время является:

- а) Юго-Восточная Азия; в) Америка;
- б) Европа; г) Ближний Восток.

6. В начале XXI в. наиболее высокие темпы роста международных туристских прибытий наблюдаются (выбрать верный вариант):

- а) в Европейском регионе; в) в Американском регионе;
- б) в Азиатско-Тихоокеанском регионе; г) в Ближневосточном регионе.

7. В 2003 г. число международных прибытий составило:

- а) около 100 млн; в) около 7 00 млн;
- б) около 1 млрд; г) около 1,5 млрд.

8. Выберите из перечисленных ниже три страны, являющиеся лидерами по количеству прибывающих туристов:

- а) Франция; д) Турция;
- б) Россия; е) Китай;
- в) Канада; ж) США;
- г) Испания; з) Япония.

9. Выберите вариант, в котором все страны являются лидерами по количеству выезжающих из страны туристов:

- а) Турция, Россия, Франция; в) Канада, Германия, Индия;
- б) Германия, США, Великобритания; г) Япония, Испания, Дания.

10. Найдите правильное утверждение среди предложенных вариантов:

- а) по прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. лидером по въезду международных туристов станет Китай;
- б) по прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. лидером по въезду международных туристов станет Россия;
- в) наибольшее положительное сальдо платежного баланса по статье «Международный туризм» имеет Япония.

11. Выберите верное утверждение:

- а) самым популярным видом транспорта для путешествий является морской;
- б) по прогнозам Всемирной туристской организации, к 2010 г. количество международных прибытий достигнет 1 млрд;
- в) лидером по поступлениям от Международного туризма является Япония.

12. Наибольшие доходы от международного туризма получают следующие страны (выбрать верную строку):

- а) Россия, Япония, Китай; в) США, Испания, Франция;
- б) США, Дания, Италия; г) ФРГ, Китай, Великобритания. 13

13. Из предложенного списка выберите страны, которые лидируют по расходам на международный туризм:

- а) Россия; д) Германия;
- б) Китай; е) Финляндия;
- в) США; ж) Великобритания;
- г) Испания; з) Италия.

14. Из предложенного списка выберите страны, имеющие наибольшее положительное сальдо платежного баланса по статье «Международный туризм»:
- а) Испания; г) США;
 - б) Китай; д) Бразилия;
 - в) Япония; е) Польша.
15. Из предложенного списка выберите страны, имеющие наибольшее отрицательное сальдо платежного баланса по статье «Международный туризм»:
- а) Германия; г) Япония;
 - б) Франция; д) Греция;
 - в) США; е) Австрия.
16. По прогнозам ВТО, мировые доходы от туризма к 2020 г. составят (выбрать верную строку):
- а) около 10 трлн долларов; в) около 10 млн долларов;
 - б) около 2 трлн долларов; г) около 1 млн долларов.
17. По прогнозам ВТО, в 2020 г. первое место по количеству международных туристских прибытий будет занимать:
- а) Россия; в) Италия;
 - б) Япония; г) Китай
18. Выберите верное утверждение:
- а) большинство развивающихся стран имеют положительное сальдо платежного баланса по статье «Международный туризм»;
 - б) в настоящее время туризм обеспечивает около 40% мирового ВВП;
 - в) туризм приобретает все большее значение в стимулировании развития слабых в структурном отношении районов.
19. Выберите верное утверждение:
- а) большинство международных прибытий туристов приходится на развитые страны;
 - б) по прогнозам ВТО, мировые доходы от международного туризма к 2020 г. составят около 10 млн долларов;
 - в) конфликт в Ираке и эпидемия атипичной пневмонии не сказались на динамике развития международного туризма.
20. Темпы роста международных прибытий в Россию (выбрать верную строку):
- а) выше среднемирового показателя;
 - б) ниже среднемирового показателя;
 - в) находятся примерно на уровне среднемирового показателя. 21
21. Число ежегодно прибывающих в Россию иностранных граждан составляет:
- а) около 10 млн человек;
 - б) около 20 млн человек;
 - в) около 30 млн человек. 22
22. Какие цели международных поездок россиян преобладают в настоящее время?
- а) отдых;
 - б) деловые;
 - в) частные.
- 23 Число ежегодно выезжающих за рубеж российских граждан составляет:

- а) около 9 млн человек;
- б) около 20 млн человек;
- в) около 32 млн человек.

24. Лидером среди стран дальнего зарубежья по численности въезжающих россиян является:

- а) Греция; в) Финляндия;
- б) Хорватия; г) Италия.

25. Наибольшее количество иностранных граждан прибывает в Россию из (выбрать верный вариант):

- а) Израиля; в) Польши;
- б) США; г) Турции.

26. Наиболее популярным транспортом для поездок россиян за границу является:

- а) морской; в) авиационный;
- б) железнодорожный; г) автомобильный.

27. Наибольшее количество иностранных граждан въезжает в Россию с использованием транспорта (выберите верный вариант):

- а) морского; в) железнодорожного;
- б) авиационного; г) автомобильного.

28. Сальдо платежного баланса по статье «Поездки» в России приблизительно составляет:

- а) +3 млн до/шаров;
- б) —8 млрд долларов;
- в) —300 тыс. долларов.

29. Наибольшим количеством гостиничных номеров располагает следующий регион (выбрать верный вариант):

- а) Зарубежная Европа; в) Азиатско-Тихоокеанский регион;
- б) Америка; г) Ближний Восток.

30. Наиболее высокими темпами роста количества гостиничных мест отличается следующий регион (выбрать верный вариант):

- а) Зарубежная Европа; в) Америка;
- б) Азиатско-Тихоокеанский регион; г) Африка.

31. Всемирная туристская организация была создана в:

- а) 1961 г.; в) 1986 г.;
- б) 1975 г.; г) 1995 г.

32. Туризм участвует в создании около .% мирового ВВП (с учетом мультипликатора):

- а) 10%; в) 30%;
- б) 20%; г) 40%

33. Туристская ассоциация стран Азии и Тихого океана относится к группе (выбрать верный вариант):

- а) мировых туристских организаций отраслевого характера;
- б) мировых туристских организаций общего характера;
- в) региональных туристских организаций общего характера;
- г) региональных туристских организаций отраслевого характера;
- д) специализированных международных туристских организаций.

34. Международное бюро по социальному туризму относится к группе (выбрать верный вариант):

- а) мировых туристских организаций отраслевого характера;
- б) мировых туристских организаций общего характера;
- в) региональных туристских организаций общего характера;
- г) региональных туристских организаций отраслевого характера;
- д) специализированных международных туристских организаций. Верно/неверно

35. Граждане, предпринимающие поездку по морю продолжительностью 8 часов, классифицируются как туристы: а) верно; б) неверно.

36. Молодожены, отправляющиеся в свадебное путешествие за границу, классифицируются как туристы: а) верно; б) неверно.

37. Туризм с целью отдыха, оздоровления и лечения представляет собой рекреационный туризм: а) верно; б) неверно.

38. Поездки со служебными целями без получения доходов в месте пребывания относятся к деловому туризму: а) верно; б) неверно.

39. Граждане, посетившие страну на круизном судне и проведшие ночь в своей каюте, классифицируются как туристы: а) верно; б) неверно.

40. Турпакет — это туристская путевка: а) верно; б) неверно.

41. Туристский рынок представляет собой социально-экономические условия реализации туристского продукта: а) верно; б) неверно.

42. Туроператорская деятельность — деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта: а) верно; б) неверно.

43. Турагентская деятельность — деятельность по продвижению и реализации туристского продукта: а) верно; б) неверно.

44. Туристская индустрия — соединение материально-технической базы и рабочей силы для туристского обслуживания: а) верно; б) неверно.

45. Туром называется комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионных услуг, а также услуг гидов-переводчиков и других услуг, объединенных на базе главной цели путешествия и предоставляемых по определенному маршруту и в определенный срок: а) верно; б) неверно.

46. К статичным факторам развития туризма относятся социально-демографические, политические, географические: а) верно; б) неверно.

47. К динамичным факторам развития туризма относятся политические, социально-демографические, финансово-экономические, материально-технические: а) верно; б) неверно.

48. Туристский мультипликатор — это коэффициент косвенного воздействия туризма на экономику и социальную сферу данной отрасли на региональном или федеральном уровне: а) верно; б) неверно.

49. При отрицательном туристском сальдо мультипликативный эффект в туризме равен нулю: а) верно; б) неверно.

50. Конфедерация национальных ассоциаций гостиниц, ресторанов, кафе и подобных учреждений в Европейском союзе и Европейской экономической зоне (ХОТРЕК) относится к группе региональных туристских организаций отраслевого характера: а) верно; б) неверно.

Г) Примерный перечень тем текущего контроля.

Виды технологий.

управление организацией индустрии туризма путем достижения конкурентных преимуществ. Конкурентная среда туристского предприятия. Развитие туристского предприятия в конкурентной среде.

Признаки технологии

Технология процессов и информационные технологии

управление организацией индустрии туризма путем достижения конкурентных преимуществ. Технология как конкурентное преимущество.

Место техники в оказании услуг социально-культурного сервиса и туризма. Использование технических средств в оказании социально-культурных и туристских услуг.

Понятие «туристская отрасль»

Общая характеристика региональной отраслевой структуры социально-культурного сервиса и туризма. Использование технических средств в оказании социально-культурных и туристских услуг.

Технология в сфере услуг. Области применения технологий в социально-культурном сервисе и туризме.

Влияние развития технологий на создание новых услуг.

Автоматизация туроператорской деятельности.

Автоматизация деятельности туристских агентств. Автоматизация взаимоотношений с туроператорами. Ведение клиентской базы.

Ведение клиентской базы и работа с ней

Социально-экономические изменения в обществе как фактор развития социальнокультурного сервиса и туризма.

Современные проблемы в развитии СксиТ.

Системы автоматизированного учета в туризме. Автоматизация анализа данных и получение статистики. Автоматизация внутреннего документооборота. Мультимедийные справочники и каталоги.

Проблемы внедрения программного обеспечения.

Структура управления туристской отраслью в Мурманской области.

Общественные организации и объединения участников регионального туристского рынка.

Техническое и технологическое обеспечение гостиниц.

Автоматизированные системы управления гостиницей (Асу): назначение, функциональные возможности.

Общая характеристика участников туристского рынка региона.

Современное состояние инфраструктуры туризма в регионе.

Гостиницы и другие средства размещения Объекты питания и развлекательные учреждения

Сравнительная характеристика основных систем управления гостиничным комплексом.

Техническое и технологическое оснащение ресторана.

Перспективные направления развития туризма в регионе.

Индустрия туризма как отрасль национальной экономики.

Комплексная автоматизация ресторанного бизнеса.

Основные статистические определения в туризме

Основные понятия: техника, технология, технология процессов, информационная технология.

Технологическая инфраструктура питания туристов.

Технология и её связь с техникой.

Инфраструктура развлечений туристов

Влияние технологических нововведений на эффективность туристского бизнеса. Стратегии развития бизнеса на базе новых технологий.

Современные прикладные программы автоматизации работы туристского офиса. Современные проблемы в развитии СксиТ.

Информационная функция Интернет. Использование Интернет для формирования, продвижения и реализации турпродукта.

Современный туристский рынок и перспективы его развития.

Туристские фирмы: туроператоры и турагенты

Системы поиска и бронирования туров. Современные поисковые системы по турам.

Сайты туристских компаний. Технологические решения в привлечении и обслуживании клиентов.

Взаимодействие участников туристского рынка.

Место туристской фирмы в цепочке «производитель - потребитель»

Специфика рынка Интернет-продаж в туризме Туристическая информационно-поисковая система «Туры-Ру»

Движение туристских услуг на туристском рынке. Посреднические варианты реализации туристских услуг.

Общая характеристика составляющих туристской индустрии.

Суть электронной коммерции. Интернет-технологии электронной коммерции. Развитие электронного рынка туризма. Сrm-системы.

Технологии защищенной связи и защиты данных в электронной коммерции. Системы электронных платежей, электронные деньги.

Понятие инфраструктуры туризма. Значение развития инфраструктуры туризма.

Производственная составляющая инфраструктуры туризма.

Суть электронной коммерции. Интернет-технологии электронной коммерции. Развитие электронного рынка туризма. Сrm-системы.

Организация управления туристским комплексом в России.

Технологическая инфраструктура размещения туристов.

Тенденции развития мирового туризма. Современные трансформации мировой индустрии туризма.

Потенциальные возможности компьютерных технологий. Исследования и разработки в развитии мирового туристского бизнеса.

Перспективы развития технологических решений для турбизнеса.

Единое туристское информационное пространство.

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля - 50 % и промежуточного контроля - 50 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий - 20 баллов,
- выполнение лабораторных заданий - 40 баллов,
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - 40 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- письменная контрольная работа - 50 баллов,
- тестирование - 50 баллов.

Критерии оценки знаний студента.

Используемые критерии оценки ответов:

- полнота и конкретность ответа;

- последовательность и логика изложения;
- связь теоретических положений с практикой;
- обоснованность и доказательность излагаемых положений;
- наличие качественных и количественных показателей;
- наличие иллюстраций к ответам в виде рабочих тетрадей, с выполненными на лабораторных занятиях рисунками, таблицами и схемами;
- уровень культуры речи;
- использование наглядных пособий и т.п.

В конце занятия дается оценку всего лабораторно-практического занятия, где обращается особое внимание на следующие аспекты:

- качество подготовки;
- результаты выполненной работы;
- степень усвоения знаний;
- активность;
- положительные стороны в работе студентов;
- ценные и конструктивные предложения;
- недостатки в работе студентов и пути их устранения.

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1.Воскресенский В.Ю. Международный туризм [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Социально-культурный сервис и туризм», «География», «Менеджмент организации», «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)»/ Воскресенский В.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 462 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71022.html>.— ЭБС «IPRbooks»(26.08.2018)

2.Мазилкина Е.И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Электронный ресурс]: учебник/ Мазилкина Е.И.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2012.— 197 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4983.html>..— ЭБС «IPRbooks»(26.08.2018)

3.Балабанов, Игорь Тимофеевич. Экономика туризма : учеб. пособие для вузов по экон. специальностям и направлениям / Балабанов, Игорь Тимофеевич ;А.И.Балабанов. - М. :Финансы и статистика, 2002, 1999. - 173,[1] с. : граф. ; 21 см. - Библиогр.:Норматив.-законодат. акты: с. 150-151. - ISBN 5-279-02027-3 : 0-0.http://tourlib.net/books_tourism/balabanov.htm(26.08.2018)

б) дополнительная литература:

1.Управлениеи организация в сфереуслуг:Теория и практика/ КенгизХаксевер, Барри Рендер, Роберта С.Рассел, Роберт Г.Мердик;[Пер. с англ. под науч. ред. В.В.Кулибановой].-2-еизд.изд.-СПб. идр. : Питер: Питер бук, 2002.-751 с. : ил. ; 24 см. -(Серия"Теория и практика менеджмента").- ISBN 5-318-00376-1 : 0-0.

2. Жукова, Марина Александровна.Менеджмент в туристскомбизнесе:учеб. пособие/ Жукова, МаринаАлександровна.-3-еизд., перераб. идоп.-М. :КноРус, 2013.-192 с. - (Бакалавриат). -ISBN 978-5-85971-762-0 : 118-80.

3.Виноградова, МаринаВикторовна.Организацияипланированиедеятельностипредприятий сферы сервиса:учеб. пособие/ Виноградова, МаринаВикторовна, З. И. Панина.-4-еизд., перераб. идоп.-М. : Дашков и К, 2008.-461,[1]с. -Рекомендовано УМО РФ.-ISBN 978-5-91131-490-3 : 209-00.

4.Гуляев, В.Г.Организациятуристическойдеятельности :Учеб. пособие/ В. Г. Гуляев ;Моск. Акад. экономикииправа.-М. :НОЛИДЖ, 1996.-311,[1]с. -35-00.

5.Николайчук Н.Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис. - СПб: Питер, 2005.

-608 с.

6.Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг /пер. с англ. под ред. В.В. Кулибановой - СПб: Питер, 2002. -752 с.6. Романович, Ж.А. Сервисная деятельность: Учебник / Ж.А. Романович, С.Л.Калачева. - М.: Дашков и Ко, 2009 268с.

7.Гукова О. Н., Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. Учебное пособие для студ. вузов. / О. Н. Гукова - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2012. - 160с.

8.Валевич Р.П. Управление качеством товаров и услуг: учебное пособие для студ. вузов / Р.П. Валевич, О.Б. Пароля. - Минск: БГЭУ, 2008. - 301 с.

9.Системы менеджмента качества: ГОСТ Р ИСО 9000-2001 / Всерос. НИИ сертификации (ВНИИС); Госстандарт РФ. - Введен 15.08.2001 г. № 332-ст - М.: Госстандарт России, 2004. - 26 с.

10.Кирисов С.В. Теория и практика применения процессного подхода к управлению качеством деятельности организации / С.В. Кирисов. - Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. - 80 с.

11.Чижов Н.А. Руководитель и персонал: технология взаимодействия / Н.А. Чижов. - М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2007. - 580 с.

12.Кулибанова В.В. Маркетинг сервисных услуг - СПб: Вектор, 2006. -192с.

13. Абрамс Р. Как составить наилучший бизнес-план для любой отрасли и сферы деятельности - СПб: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2008. -536с.

14.Геловэй Л. Операционный менеджмент. Принципы и практика. -Санкт-Петербург: Питер, 2001. -320с.

15.Федцов В.Г. Культура сервиса - М.: Изд-во «ПРИТОР», 2000. -208 с.

Техника и технология сервисной деятельности /сост. В.С. Подольский - Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002.

9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 – . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения:(26.08.2018). – Яз. рус., англ.

2. Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучением: [база данных] / Даг. гос. ун-т. – Махачкала, г. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/>(дата обращения: 22.08.2018).

3. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения овсех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2010 – Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный (дата обращения: (21.08.2018).

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

Учебно-методические материалы по лекционному курсу, практическим и семинарским занятиям представлены на сайтах:

1.Туристические серверы. Режимы доступа: www.tours.ru; <http://www.100dorog.ru>; <http://www.tarantas.ru>; <http://www.turgid.rul>

3."Вокруг света". Режим доступа: <http://www.itravel.rul>

www.vokrugsveta.ru

www.geo.ru

www.geo.1september.ru

www.national-geographic.ru

www.geotraveler.advrba.ru

www.atlas.deagostini.ru

www.discovery-russia.ru

www.voyagemagazine.ru

www.turinfo.ru

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Перечень учебно-методических изданий, рекомендуемых студентам, для подготовки к занятиям представлен в разделе «Учебно-методическое обеспечение. Литература». Дополнительно для выполнения практических заданий по дисциплине каждый студент обеспечивается атласами и справочниками.

Лекционный курс. Лекция является основной формой обучения в высшем учебном заведении. В ходе лекционного курса преподавателем проводится систематическое изложение современных научных материалов, освещение главнейших проблем туризма и рекреации.

Необходимо постоянно и активно работать с конспектом лекции: после окончания лекции рекомендуется перечитать свои записи, внести поправки и дополнения на полях. Конспекты лекций следует использовать при выполнении лабораторно-практических занятий, при подготовке к экзамену, контрольным тестам, коллоквиумам, при выполнении самостоятельных заданий.

Лабораторные занятия. Лабораторные занятия по «Техника и технологии в социально-культурном сервисе и туризме» имеют цель познакомить студентов с территориальными особенностями развития рекреации, ТРС и туризма в России и в зарубежных странах. Прохождение всего цикла лабораторных занятий является обязательным условием допуска студента к экзамену. В случае пропуска занятий по уважительной причине пропущенное занятие подлежит отработке.

В ходе лабораторных занятий студент под руководством преподавателя выполняет комплекс лабораторно-практических заданий, позволяющих закрепить лекционный материал по изучаемой теме, научиться работать с географическими картами, справочной информацией и информационными ресурсами в области рекреации и туризма.

Студент должен вести активную познавательную работу. Целесообразно строить ее в форме активного наблюдения, анализа, резюмирования и конспектирования. Важно научиться включать вновь получаемую информацию в систему уже имеющихся знаний. Необходимо также анализировать материал для выделения общего в частном и, наоборот, частного в общем.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Осуществление образовательного процесса по дисциплине не предполагает использование специального программного обеспечения

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Для проведения лекционных занятий учебная аудитория на 25 посадочных мест, оснащенная мультимедийным оборудованием. В учебном процессе для освоения дисциплины используются следующие технические средства:

- компьютеры и мультимедийное оборудование;
- приборы и оборудование учебного назначения: учебные карты, атласы, глобус, контурные карты, наглядные пособия, таблицы и схемы;
- пакет прикладных обучающих программ;
- видео и аудиовизуальные средства обучения;