

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
*Факультет управления*  
Кафедра коммерции и маркетинга

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Методология и организация туристической деятельности**

**Образовательная программа**

**38.04.02 Менеджмент**

Профиль подготовки

Маркетинг в туризме

Уровень высшего образования

магистратура

Форма обучения

очная

Статус дисциплины: вариативная

Махачкала, 2018 год

Рабочая программа дисциплины «Методология и организация туристической деятельности» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (уровень магистратуры) от « 30 » марта 2015г. № 322.

Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга, Амирова М.М., к.э.н., доц.

Рабочая программа дисциплины одобрена:  
на заседании кафедры коммерции и маркетинга от «30» августа 2018г.,  
протокол № 1  
Зав. кафедрой Умавов Ю.Д.  
(подпись)

на заседании Методической комиссии факультета управления  
от «31» августа 2018 г., протокол №1.  
Председатель Гашимова Л.Г.  
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим  
управлением «31» августа 2018 г. \_\_\_\_\_  
(подпись)

## Содержание

|                                                                                                                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Аннотация рабочей программы дисциплины .....                                                                                                                                                      | 4  |
| 1. Цели освоения дисциплины .....                                                                                                                                                                 | 5  |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата .....                                                                                                                                           | 5  |
| 3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).....                                                                        | 5  |
| 4. Объем, структура и содержание дисциплины .....                                                                                                                                                 | 6  |
| 4.1. Объем дисциплины.....                                                                                                                                                                        | 6  |
| 4.2. Структура дисциплины .....                                                                                                                                                                   | 6  |
| 4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).....                                                                                                                            | 7  |
| 5. Образовательные технологии .....                                                                                                                                                               | 10 |
| 6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов... ..                                                                                                                         | 11 |
| 7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. ....                                                             | 15 |
| 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ....                                                                                  | 15 |
| 7.2. Типовые контрольные задания.....                                                                                                                                                             | 16 |
| 7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....                            | 23 |
| 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. ....                                                                                               | 24 |
| 9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины. ....                                                                                | 25 |
| 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....                                                                                                                             | 25 |
| 11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем..... | 26 |
| 12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине. ....                                                                            | 26 |

## Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Методология и организация туристической деятельности» входит в вариативную часть 38.04.02. –Менеджмент, профиль «Маркетинг в туризме».

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Содержание дисциплины «Методология и организация туристической деятельности» охватывает следующие вопросы: изучение основных принципов организации туристского пространства, участников и их взаимоотношения, методы управления и формы, модели туристского бизнеса, основные факторы, формирующие организационную активность объектов туристской индустрии. Учет, планирование и контроль не только как объектов турбизнеса, но и главных участников экономического сообщества.

Дисциплина нацелена на формирование следующих общепрофессиональных и профессиональных компетенций выпускника: ОПК – 2, ПК -1, ПК – 2.

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

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины \_\_\_\_2\_\_\_\_зачетных единиц, в том числе 72 академических часа по видам учебных занятий

| Семес<br>тр | Учебные занятия                                |            |                             |                             |     |                  |                                   | Форма<br>промежуточной<br>аттестации<br>(зачет,<br>дифференциров<br>анный зачет,<br>экзамен |
|-------------|------------------------------------------------|------------|-----------------------------|-----------------------------|-----|------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
|             | в том числе                                    |            |                             |                             |     |                  |                                   |                                                                                             |
|             | Контактная работа обучающихся с преподавателем |            |                             |                             |     |                  | СРС,<br>в том<br>числе<br>экзамен |                                                                                             |
|             | Все<br>го                                      | из них     |                             |                             |     |                  |                                   |                                                                                             |
|             |                                                | Лекц<br>ии | Лаборатор<br>ные<br>занятия | Практич<br>еские<br>занятия | КСР | консульт<br>ации |                                   |                                                                                             |
| 9           | 72                                             | 6          |                             | 14                          |     |                  |                                   | 52                                                                                          |

### 1. Цели освоения дисциплины

Дисциплина «Методология и организация туристской деятельности» относится к вариативной части гуманитарного, социального и экономического цикла дисциплин. Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются: знание особенностей развития туристической индустрии, как в России, так и за рубежом, причин её развития и значения этого для современного туризма; умение анализировать работу организационной деятельности субъектов туристского рынка, устанавливать причинно-следственные связи между процессами, происходящими в этой отрасли, владение навыками систематизации и обобщения информации, полученной в ходе изучения данной дисциплины.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Методология и организация туристской деятельности» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры 38.04.02 – Менеджмент. Дисциплина базируется на знаниях современных проблем экономики, организации, планирования и управления.

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

| Код компетенции из ФГОС ВО | Наименование компетенции из ФГОС ВО                                                                                                                                   | Планируемые результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-2                      | готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | <b>Знает:</b><br>социально-экономическую сущность, принципы, методологические основы маркетинга услуг.<br><b>Умеет:</b><br>грамотно использовать современные средства маркетинга услуг в реализации профессиональных функций с целью достижения ключевых факторов успеха в бизнесе.<br><b>Владеет:</b><br>методиками оценки конкурентоспособности услуг. |
| ПК-4                       | способностью использовать количественные и качественные                                                                                                               | <b>Знает:</b><br>специфику организации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|  |                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения</p> | <p>маркетинговых исследований услуг; стратегическое планирование маркетинговой деятельности в сфере услуг.</p> <p><b>Умеет:</b></p> <p>выявлять и удовлетворять требования потребителей услуг; определять возможности предприятия услуг и уметь их адаптировать к требованиям рынка; оценивать конкурентоспособность услуги и повышать ее.</p> <p><b>Владеет:</b></p> <p>методами проведения маркетинговых исследований услуг.</p> |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часа.

#### 4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения: очная

| №<br>п<br>/<br>п | Разделы и темы<br>дисциплины                                          | Семестр | Неделя семестра | Виды учебной<br>работы, включая<br>самостоятельную<br>работу студентов<br>и трудоемкость (в<br>часах) |                         |              |                | Самостоятельная работа | Формы текущего<br>контроля<br>успеваемости (по<br>неделям семестра)<br>Форма<br>промежуточной<br>аттестации (по<br>семестрам) |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------|----------------|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  |                                                                       |         |                 | Лекции                                                                                                | Практические<br>занятия | Лабораторные | Конт сам. раб. |                        |                                                                                                                               |
|                  | Модуль 1. Концептуальные аспекты организации туристской деятельности. |         |                 |                                                                                                       |                         |              |                |                        |                                                                                                                               |
| 1                | Тема 1.1. Зарождение и развитие туристской                            | 9       | 1,2,3           | 2                                                                                                     | 4                       |              |                | 12                     | Опрос, оценка выступлений, защита                                                                                             |

|                                                            |                                                                                                                 |    |      |   |    |  |  |    |                                                                       |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------|---|----|--|--|----|-----------------------------------------------------------------------|
|                                                            | деятельности,                                                                                                   |    |      |   |    |  |  |    | реферата, проверка<br>конспекта                                       |
| 2                                                          | Тема 1.2.<br>Методологический<br>генезис организации<br>туроператорской<br>деятельности                         | 9  | 4    |   | 2  |  |  | 6  | Опрос, оценка<br>выступлений, защита<br>реферата, проверка<br>заданий |
| 3                                                          | Тема 1.3. Методология<br>деятельности<br>туроператоров и<br>турагентов                                          | 9  | 4    | 2 | 2  |  |  | 6  | Опрос, оценка<br>выступлений, защита<br>реферата, проверка<br>заданий |
|                                                            | Итого по модулю 1:                                                                                              | 36 |      | 4 | 8  |  |  | 24 | тестирование                                                          |
| Модуль 2. Методологические аспекты туристской деятельности |                                                                                                                 |    |      |   |    |  |  |    |                                                                       |
| 4                                                          | Тема 2.1.<br>Производственный<br>процесс в туристском<br>обслуживании,<br>методологический<br>подход в изучении | 9  | 5,6  |   | 2  |  |  | 10 | Опрос, оценка<br>выступлений, защита<br>реферата.                     |
| 5                                                          | Тема 2.2.<br>Материально-<br>техническое<br>обеспечение<br>туристской<br>деятельности:<br>туристские фирмы      | 9  | 7,8  | 2 | 2  |  |  | 8  | Опрос, оценка<br>выступлений, защита<br>реферата, проверка<br>заданий |
| 5                                                          | Тема 2.3.<br>Кризисы и их влияние<br>на организацию<br>туристской<br>деятельности                               | 9  | 9,10 |   | 2  |  |  | 10 | Опрос, оценка<br>выступлений, защита<br>реферата, проверка<br>заданий |
|                                                            | Итого по модулю 2:                                                                                              | 36 |      | 2 | 6  |  |  | 28 | тестирование                                                          |
|                                                            | ИТОГО:                                                                                                          | 72 |      | 6 | 14 |  |  | 52 | зачет                                                                 |

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

##### 4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

##### Модуль 1 Концептуальные аспекты организации туристской деятельности.

##### Тема 1.1. Зарождение и развитие туристской деятельности

Понятие и особенности туристской индустрии. Туристские услуги. Туристский продукт. Туристский пакет. Тур. Дополнительные туристско-экскурсионные услуги. Туристские товары. Сущность, состояние и тенденции развития туристской индустрии. Современное состояние туризма. Общая характеристика туризма как отрасли мирового хозяйства. Факторы

развития туризма. Цели, функции и задачи туризма. Экономические показатели мировой индустрии туризма. Международные туристские прибытия по регионам мира. Прогнозы развития мирового туристского рынка. Страны – лидеры выездного и въездного туризма по прогнозам ВТО на 2020год. Пять перспективных видов туризма XXI века. Перспективы развития туризма и путешествий в Российской Федерации.

### **Тема 1.2. Методологический генезис организации туроператорской деятельности**

Основные потребительские свойства туристского продукта. Слагаемые гостеприимства. Характеристика потребителей туристского продукта. Определение международного туриста, внутренний турист. Экскурсант. Посетитель. И классификация потребителей туристских продуктов. Туроператоры и их функции: планирование предстоящего тура, ценообразование и продвижение турпродукта, информативная, новаторская, интегрирующая, операторское лоббирование. Классификация туроператоров и туроперейтинга. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-туроператоры. Профилизация работы туроператора по видам предлагаемых туров и географическим направлениям его работы. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры.

### **Тема 1.3. Методология деятельности туроператоров и турагентов.**

Туроператор. Функции туроператора.

Особенности туроперейтинга. Цикл работ туроператора. Тур проектирование. Проект. Составляющие проекта. Содержание понятий «туроператор» и «турагент». Главная рыночная роль турагентов и туроператоров. Основные функции туристских организаций и их характеристика. Основные различия между туроператором и турагентом по системе доходов, по принадлежности турпродукта. Крупнейшие туроператоры России. Классификация турагентств и основные задачи их деятельности. Специализации турагентств. Понятие инициативных и рецептивных туроператоров.

## **Модуль 2. Методологические аспекты туристской деятельности**

### **Тема 2.1. Производственный процесс в туристском обслуживании, методологический подход в изучении**

Прием клиента и установление контакта с ним; установление мотивации выбора турпродукта; предложение туров; оформление правоотношений и расчет с клиентом; информационное обеспечение покупателя. Формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний. Регулярные авиаперевозки в аутгоинге. Чартерные перевозки в организации выездных туров и их характеристики. Виды чартерных программ: разовые с отстоем, шаттл-

чартеры, Сплит-чартеры, поличартерные перевозки, транзит-чартеры. Расчет стоимости авиаперелета чартерным рейсом. Ответственность сторон по договору между авиаперевозчиком и заказчиком (туроператором). Процедура заключения чартерного договора. Услуги железных дорог при организации выездных туров. Схемы взаимоотношений туроператоров и железных дорог: продажа билетов в офисе туроператора, бронирование билетов для групп туристов через железнодорожные кассы, организация туристских поездов или прицепных вагонов. Услуги автотранспортных предприятий при организации выездных туров. Категории автобусов по международной классификации. Содержание договора аренды транспортного средства. Обязанности перевозчика, туроператора, водителя автобуса и туристов по договору аренды. Составление паспорта маршрута. Технология организации зарубежных круизов. Понятие круиза. Инфраструктура круизного лайнера: номерной (каютный) фонд, предприятия общественного питания, места общего пользования и проведения досуга. Права и обязанности перевозчика, фрахтователя и туриста. Виды фрахта. Факторы, влияющие на размер суммы фрахта. Особенности процедуры заключения договора фрахта.

## **Тема 2.2. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности: туристские фирмы.**

Характеристики выбираемого сегмента. Принципы планирования: причины необходимости дифференциации туров; основания для дифференциации туров. Схемы сотрудничества туроператора и отеля. Аренда отеля, покупка блока мест на условиях комитмента (строго и свободно фиксированных, мягких и жестких блоков мест), покупка блока мест на условиях безотзывного бронирования (строго фиксированного и пролонгируемого), на условиях повышенной комиссии (стартовой и нарабатываемой, имеющей обратную силу и без обратной силы), на условиях приоритетного бронирования, на условиях стандартной комиссии.

## **Тема 2.3. Кризисы и их влияние на организацию туристской деятельности**

Конкуренты. Косвенные конкуренты. Особенности конкурентной борьбы. Типы конкурентов. Анализ конкурентной среды. Оценка сильных и слабых сторон конкурентов. Перспективы возможной конкурентной борьбы. Четыре основных типа конкурентного поведения на рынке.

### **4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.**

#### **Модуль 1 Концептуальные аспекты организации туристской деятельности.**

### **Тема 1.1. Зарождение и развитие туристской деятельности**

1. Туристский продукт.
2. Туристский пакет.
3. Тур.
4. Дополнительные туристско- экскурсионные услуги.
5. Туристские товары.
6. Сущность, состояние и тенденции развития туристской индустрии.

#### **Тема 1.2. Методологический генезис организации туроператорской деятельности**

1. Характеристика потребителей туристского продукта.
2. Определение международного туриста, внутренний турист.
3. Экскурсант.
4. Посетитель.

#### **Тема 1.3. Методология деятельности туроператоров и турагентов.**

1. Туроператор.
2. Функции туроператора.
3. Особенности туроперейтинга.
4. Цикл работ туроператора.
5. Тур проектирование.
6. Проект.

### **Модуль 2. Методологические аспекты туристской деятельности**

#### **Тема 2.1. Производственный процесс в туристском обслуживании , методологический подход в изучении**

1. Формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний.
2. Регулярные авиаперевозки в аутгоинге.
3. Чартерные перевозки в организации выездных туров и их характеристики.
4. Виды чартерных программ: разовые с отстоем, шаттл-чартеры.
5. Сплит-чартеры, поличартерные перевозки, транзит-чартеры.
6. Расчет стоимости авиаперелета чартерным рейсом

#### **Тема 2.2. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности: туристские фирмы.**

1. Характеристики выбираемого сегмента.
2. Принципы планирования: причины необходимости дифференциации туров; основания для дифференциации туров.
3. Схемы сотрудничества туроператора и отеля.

#### **Тема 2.3. Кризисы и их влияние на организацию туристской деятельности**

1. Конкуренты. Косвенные конкуренты.
2. Особенности конкурентной борьбы.
3. Типы конкурентов.
4. Анализ конкурентной среды

#### **5. Образовательные технологии**

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению

подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс-метода (проблемно-ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта товароведной деятельности отечественных и зарубежных кампаний;
- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;
- решение задач по анализу пищевой ценности продовольственных товаров, организация хранения, проведения контроля качества и экспертизы товаров;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

## **6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.**

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Маркетинг» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

| Наименование тем                                         | Содержание самостоятельной работы                                                                | Форма контроля                                       |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| Тема 1.1. Зарождение и развитие туристской деятельности, | Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка |

|                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                  | научных публикаций и электронных источников информации.<br>Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля.                                                                                                  | решения задач и упражнений                                                      |
| Тема 1.2. Методологический генезис организации туроператорской деятельности                      | Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации.<br>Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля. | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений |
| Тема 1.3. Методология деятельности туроператоров и турагентов                                    | Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации.<br>Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля. | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений |
| Тема 2.1. Производственный процесс в туристском обслуживании, методологический подход в изучении | Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации.<br>Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля. | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений |
| Тема 2.2. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности: туристские фирмы          | Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации.<br>Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля. | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка решения задач и упражнений |
| Тема 2.3. Кризисы и их влияние на организацию туристской                                         | Работа с учебной литературой (по конспектам лекций, учебной и научной литературе), поиск и обзор                                                                                                                                                           | Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка                            |

|              |                                                                                                                                                           |                      |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| деятельности | научных публикаций и электронных источников информации.<br>Подготовка реферата. Решение задач, упражнений. Работа с тестами и вопросами для самоконтроля. | проведенного анализа |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить шесть рефератов. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по повышению качества потребительских товаров, расширению ассортимента, совершенствованию контроля за качеством и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

### **Тематика рефератов:**

Раздел 1. Концептуальные аспекты организации туристской деятельности

1. Характеристика туристских предприятий
2. Генезис организации туроператорской деятельности
3. Генезис организации турагентской деятельности
4. Факторы интернационализации
5. Формы интернационализации
6. Сетевые структуры в туристской деятельности
7. Глобальные стратегические альянсы авиаперевозчиков

Раздел 2. Методологические аспекты туристской деятельности

1. Производственный процесс в туристском обслуживании
2. Требования к персоналу туристских фирм

3. Научная организация труда
4. Требования к персоналу гостиниц и иных средств размещения
5. Требования к персоналу предприятий общественного питания
6. Аудит персонала
7. Аутсорсинг в туристской деятельности
8. Аутстаффинг в туристской деятельности
9. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности: туристские фирмы
10. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности: гостиницы и иные средства размещения
11. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности: предприятия общественного питания.

12. Кризисы и их влияние на организацию туристской деятельности. При оценке качества представленной студентом работы принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).
2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).
3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).
4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).
6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);
- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;
- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;
- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно

использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;

- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

## **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.**

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

| Код и наименование компетенции из ФГОС ВО | Планируемые результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Процедура освоения                                                        |
|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| ОПК-2                                     | <b>Знает:</b><br>социально-экономическую сущность, принципы, методологические основы маркетинга услуг.<br><b>Умеет:</b><br>грамотно использовать современные средства маркетинга услуг в реализации профессиональных функций с целью достижения ключевых факторов успеха в бизнесе.<br><b>Владеет:</b><br>методиками оценки конкурентоспособности услуг. | Устный опрос, конспектирование законов, написание рефератов, тестирование |
| ПК-1                                      | <b>Знает:</b><br>специфику организации маркетинговых исследований услуг; стратегическое планирование маркетинговой деятельности в сфере услуг.<br><b>Умеет:</b><br>выявлять и удовлетворять требования                                                                                                                                                   | Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование            |

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                       |
|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
|      | <p>потребителей услуг;<br/>определять возможности предприятия услуг и уметь их адаптировать к требованиям рынка;<br/>оценивать конкурентоспособность услуги и повышать ее.</p> <p><b>Владеет:</b><br/>методами проведения маркетинговых исследований услуг.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                       |
| ПК-2 | <p><b>Знает:</b><br/>основы разработки корпоративной стратегии, программы организационного изменений и обеспечения их реализации в маркетинговой сфере туризма.</p> <p><b>Умеет:</b><br/>разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию на туристском предприятии;</p> <p><b>Владеет:</b><br/>методами разработки корпоративной маркетинговой стратегии, программы организационного развития и изменений и обеспечения их реализации на турпредприятии</p> | <p>Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование</p> |

## 7.2. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

### *Образец тестового задания по второму модулю*

#### **Вариант 1**

1. Какие виды поездок не относятся к деловому туризму:
  - 1) Участие в выставках
  - 2) Участие в конференциях
  - 3) Посещение монастырей
2. К учебному туризму не относятся:
  - 1) Хобби-туризм
  - 2) Языковые туры
  - 3) Курсы повышения квалификации
3. Какие преимущества дает стране развитие туризма?
  - 1) Увеличение налоговых сборов

- 2) Распределение средств бюджета на туристские объекты
- 3) Рост цен на местные товары

4. Какие недостатки связаны с развитием туризма?

- 1) Рост цен на недвижимость
- 2) Привлечение капитала
- 3) Рост ВВП

5.Международный туризм:

- 1) Выезд граждан конкретной страны с постоянного места жительства в пределах национальных границ той же страны для отдыха, удовлетворение познавательных интересов, занятий спортом
- 2) Систематизированная и направленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением туристских услуг иностранным туристам на территории какой-либо страны
- 3) Туризм, где туристы участвуют в исследовании природы, полевые наблюдения

6.Отметьте три вида экотуризма:

- 1) Научный туризм, туры истории природы, приключенческий туризм
- 2) Конгрессно-выставочный туризм и бизнес-поездки
- 3) Маршрутно-познавательный туризм, познавательные поездки, научные поездки религиозных деятелей.

7.Какие из перечисленных факторов относятся к внутренним факторам, влияющим на развитие туризма:

- 1) Спрос и предложение на рынке туристских услуг, сегментация рынка туристских услуг, процессы монополизации туризма, кадры в туризме
- 2) Увеличение продолжительности жизни, увеличение доходов в семье, доступность информации о развитии туризма
- 3) Увеличение или снижение пособий в семьях, увеличение или снижение выделяемых средств государством на развитие туризма.

8.Экстенсивные факторы:

- 1) Кризисы, политическая, финансовая нестабильность, рост цен, криминальная ситуация, ужесточение туристских формальностей
- 2) Повышение квалификации персонала, техническое совершенствование материальной базы, улучшение качества услуг
- 3) Увеличение числа работников, новых объектов туризма, увеличение числа материальных услуг

9. Какие переменные не используются в современной мировой практике в качестве показателей экономического эффекта туристской индустрии для народного хозяйства?

- 1) Вклад туризма в создание национального дохода, влияние туристской индустрии на развитие региона
- 2) Количество рабочих мест в туризме
- 3) Доступность информации о развитии туризма, увеличение доходов в семье

10.Какие функции нельзя отнести к основным экономическим функциям международного туризма:

- 1) Сертификация, аттестация, политическая функция
- 2) Диверсификация экономики путем создания отраслей, обслуживающих отрасли туризма
- 3) Доходную, внешнеэкономическую, экологическую.

11.Что такое временные выезды граждан России, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой в стране временного пребывания деятельностью:

- 1) Туризм
- 2) Тур
- 3) Экскурсия

12.Что такое временные выезды граждан конкретной страны с постоянного места жительства в пределах национальных границ той же страны для отдыха, удовлетворения познавательных интересов, занятий спортом и других целях:

- 1) Внутренний туризм
- 2) Международный туризм
- 3) Экскурсия

13.В каком году было подписано Шенгенское соглашение между Нидерландами, Бельгией, ФРГ, Францией и Люксембургом?

- 1) 1895
- 2) 1985
- 3) 1958

14.К какому виду туризма относятся поездки со служебными целями:

- 1) Экологический
- 2) Деловой
- 3) Учебный

15.Как называются поездки, которыми фирма награждает своих работников за высокие показатели в работе:

- 1) Бизнес-туризм
- 2) Инсентив-туризм
- 3) Конгрессно-выставочный туризм

16.К какому виду относятся следующие факторы: природно-климатические, географические, культурно-исторические?

- 1) Демографические
- 2) Динамические
- 3) Статичные

17.Организаторы и продавцы туров, исполнители услуг, потребители туруслуг относятся к:

- 1) Объектам туррынка
- 2) Субъектам туррынка
- 3) Не имеют отношения к туррынку

18. Кто занимается разработкой туристского маршрута, обеспечением туристов услугами, организацией рекламы, рассчитывает и устанавливает цены:

- 1) Экскурсовод
- 2) Турагент
- 3) Туроператор

19. Какой регион располагает наибольшим номерным фондом:

- 1) Европейский
- 2) Американский
- 3) Юго-Восточная Азия и Тихоокеанский регион

20. На какой транспорт приходится около 44% перевозок?

- 1) Воздушный
- 2) Железнодорожный
- 3) Водный

21. Как называются предприятия, существующие только за счет туризма:

- 1) Сферы первичных услуг
- 2) Сферы вторичных услуг
- 3) У них нет названия

22. Что называется комплексом услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионному обслуживанию, а также услуг гидов-переводчиков и других объединенных на базе главной цели путешествий и предоставляемых по определенному маршруту и в определенный срок:

- 1) Турпутевка
- 2) Тур
- 3) Тур. ресурсы

23. Как называется документ, подтверждающий оплату предусмотренной программой обслуживания туристско-экскурсионных услуг и являющийся основанием на получение этих услуг туристом?

- 1) Турпутевка
- 2) Тур
- 3) Тур. ресурсы

24. Как называется совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, спортивного, оздоровительного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги гидов-переводчиков:

- 1) Туриндустрия
- 2) Туристский рынок
- 3) Туристские ресурсы

25. Как называется организация, приобретающая туры, разработанные туроператором и реализующая туры потребителям:

- 1) Турагент
- 2) Туроператор

26. На какой регион приходится 65% всех международных туристских поездок:

- 1) Европу
- 2) Америку
- 3) Азию

27. Кто совершает больше деловых поездок:

- 1) Итальянцы
- 2) Испанцы
- 3) Американцы

28. Когда день рождения космического туризма:

- 1) 18 января 2004 г.
- 2) 28 апреля 2002 г.
- 3) 14 марта 2003 г.

29. Какая доля туризма в ВВП России:

- 1) 1,5%
- 2) 3%
- 3) 5%

30. Какие страны являются ведущими по расходам на туризм

- 1) Германия, США, Великобритания
- 2) Италия, Франция, Греция
- 3) Германия, Россия, Бразилия

### ***Образец тестового задания по второму модулю***

#### **Вариант 1.**

1. Укажите три типа туризма:

- а) внутренний
- б) международный
- в) въездной
- г) выездной
- д) национальный
- е) туризм в пределах страны

2. Укажите три категории туризма:

- а) внутренний
- б) международный
- в) въездной
- г) выездной
- д) национальный
- е) туризм в пределах страны

3. К основным туристским услугам относятся:

- а) включенные в договор и оплаченные посетителем турфирмы
- б) оплаченные в момент потребления во время путешествия или в месте пребывания

4. Посетители, прибывшие в страну на круизном судне и ночующие на нем, относятся к:

- а) туристам

б) экскурсантам

5. Путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно, с соблюдением установленных государством норм и правил, относятся к:

а) социальному туризму

б) самодеятельному туризму

в) внутреннему туризму

6. Туроператор занимается созданием, продвижением и реализацией:

а) туристских товаров

б) туристских услуг

в) туристского продукта

7. Групповой тур – это ...

а) *inclusiv tour*

б) *package tour*

в) заказной тур

8. какие обозначения класса обслуживания туристов применяются в практике турфирм? (4 позиции)

а) *super* – класс

б) *ultrasuper* класс

в) *VIP* – класс (1 класс)

г) Бизнес – класс

д) Туристский класс

е) Эконом – класс

9. Из чего складывается цена турпакета? (лишнее вычеркнуть)

а) затраты на производство тура

б) цены конкурентов на аналогичный продукт

в) уровень спроса на данный турпродукт

г) сезонность в туризме

д) экономическая и политическая ситуация в стране

е) топливный сбор

ж) имидж фирмы

10. Что такое «отстойный» рейс?

а) рискованный рейс

б) устаревший рейс

в) разовый чартер

11. Какой из видов туристской документации является бланком строгой финансовой отчетности?

а) туристский ваучер

б) путевка ТУР – 1

в) памятка туристу

г) лист бронирования

12. Что такое туристский ваучер?

а) финансовый документ турфирмы

б) документ, подтверждающий бронирование и оплату услуг отеля

в) финансовое обязательство отеля

13. Что такое «поставщики услуг»?

- а) каналы продвижения турпродукта
- б) каналы реализации турпродукта
- в) предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов.

14. Что такое «форс-мажорные обстоятельства»?

- а) отказ от исполнения условий договора любой из сторон
- б) обстоятельства непреодолимой силы
- в) неспособность одной из сторон осуществить условия клиентского соглашения

### **Контрольные вопросы к зачету для промежуточного контроля**

1. Зарождение и развитие туристской деятельности
2. Характеристика туристских предприятий
3. Методология деятельности туроператоров
4. Генезис организации туроператорской деятельности
5. Методология деятельности турагентов
6. Генезис организации турагентской деятельности
7. Основные способы организации туристской деятельности на современном
8. этапе
9. Глобализационные процессы в туристской индустрии
10. Факторы интернационализации
11. Формы интернационализации
12. Интеграционные процессы в туристской индустрии
13. Организационно-экономические формы объединения туристских
14. предприятий
15. Сетевые структуры в туристской деятельности
16. Глобальные стратегические альянсы авиаперевозчиков
17. Параметрическое представление компонентов обслуживания и
18. обеспечения в туристской деятельности
19. Производственный процесс в туристском обслуживании
20. Кадровое обеспечение туристской деятельности
21. Требования к персоналу туристских фирм
22. Научная организация труда
23. Требования к персоналу гостиниц и иных средств размещения
24. Требования к персоналу предприятий общественного питания
25. Аудит персонала
26. Аутсорсинг в туристской деятельности
27. Аутстаффинг в туристской деятельности
28. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности
29. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности:
30. туристские фирмы
31. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности:
32. гостиницы и иные средства размещения

33. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности:  
34. предприятия общественного питания  
35. Кризисы и их влияние на организацию туристской деятельности

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

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:  
«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов  
«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов  
«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки  
«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла по дисциплине в «зачтено» или «не зачтено»

| Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале | Оценка по дисциплине |
|-----------------------------------------------------------|----------------------|
| 0-50                                                      | Не зачтено           |
| 51-100                                                    | Зачтено              |

Например:



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

а) основная литература:

- 1) Гуляев, В.Г. Организация туристической деятельности : Учеб. пособие / В. Г. Гуляев ; Моск. Акад. экономики и права. - М. : НОЛИДЖ, 1996. -

- 311,[1] с. - 35-00.Местонахождение: Научная библиотека ДГУ URL:
- 2) Веселова, Н.Ю. Организация туристской деятельности / Н. Ю. Веселова ; учебное пособие для бакалавров . - М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 255 с.
  - 3) Местонахождение: ЭБС IPRbooks URL:  
<http://www.iprbookshop.ru/75212.html>
- б) дополнительная литература:
- 1) Черевичко Т.В. Экономика туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / Т.В. Черевичко. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 264 с. — 978-5-394-01491-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75188.html>
  - 2) Организация детско-юношеского и молодёжного туризма [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.Е. Карасев [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Омск: Омский государственный технический университет, 2017. — 92 с. — 978-5-8149-2517-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78448.html>

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

- 1) eLIBRARY.RU[Электронныйресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 2018 - . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - 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/>.
- 3) Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. - Махачкала, 2018 - Режим доступа: <http://elib.dgu.ru,свободный>.

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.**

Комплексное изучение предлагаемой студентам учебной дисциплины «Методология и организация туристической деятельности» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты студентами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки студента к практическим занятиям.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению (например, вопросы, связанные с организацией туристской деятельности в Республике Дагестан), заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных студентами сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы.

Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях студенты в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Турист», «Мир измерений», «Всё о туризме». При подготовке к практическим занятиям и на занятиях студентам рекомендуется использовать: законы, различные журналы туристического содержания и многое другое.

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

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

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

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 419 ауд., 408 ауд., 434 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.