

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС»

Дата подписания: 24.10.2022 15:33:41

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Деловой туризм и организация международных мероприятий

(наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ **43.03.01 Сервис**

Квалификация выпускника _____ **Бакалавр**

Направленность (профиль) _____ **Социокультурный сервис**

2022 г.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)

Дисциплина «Деловой туризм и организация международных мероприятий» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

1. Введение. Деловой туризм: понятие, содержание, виды

Содержание и особенности делового туризма. История развития и главные факторы, связь делового туризма с развитием экономики. Деловой туризм как часть туристской сферы и одновременно как часть мировых экономических связей.

2. Структура рынка делового туризма

Описание структуры рынка делового туризма, основных секторов в области туризма и гостеприимства, задействованных при организации и реализации бизнес-туров, дестинации делового туризма, деловой туризм и экономика, влияние состояния экономики на развитие делового туризма, география турпотоков делового туризма.

3. Тренды в развитии индустрии делового туризма: локальный и глобальный аспекты

Анализ состояния дел в развитии делового туризма на различных уровнях (локальном, региональном, федеральном, международном): спрос и предложение. Типология бизнес-путешествий и делового туризма и необходимая инфраструктура.

4. Организация деловых туров

Общие принципы организации делового туризма. Особенности туристского продукта, обеспечение рабочего и нерабочего времени. Требования к размещению, офисному оснащению, содержанию познавательных и развлекательных мероприятий. Классические деловые поездки – обеспечение офисных услуг, уровень сервиса, сочетание деловой программы с другими видами деятельности. МICE-мероприятия – специальные пакеты услуг для поездок на встречи, конференции, выставки; тематический подбор мероприятий, офисное обеспечение. Инсентив-туры – индивидуальные туры, корпоративные мероприятия. Специфика организации корпоративных мероприятий. Основные мировые операторы в области делового туризма: история, практика, перспективы.

5. Глобальный рынок делового туризма и индустрии деловых встреч.

Особенности российского рынка делового туризма. Опыт организации делового туризма в странах и регионах мира. Мировые центры делового туризма. Опыт сочетания традиционного туризма и делового. Деловой туризм в Западной Европе. Ценовой и временной режим делового туризма. Главные центры. Деловой туризм в странах Азии, специфика потоков и содержание услуг. Российский опыт организации делового туризма. Деловой туризм и проблема сезонности.

6. Особенности планировании деятельности и работы менеджера в бизнес-туризме.

MICE-manager. Требования. Навыки. Личные качества. Функциональные обязанности. Лингвистика в туристическом бизнесе. Деловое общение. Навыки профессиональной коммуникации. Организация событийного туризма. Техника и технология формирования событийного календаря. Выставочный менеджмент. Основные этапы подготовки и проведения мероприятий, поиск и методика привлечения клиентов. Выбор поставщиков услуг. Особенности работы с поставщиками рынка «business-travel». Специфика организации мероприятий для больших групп (от 500 человек). Team-building.

7. Брендинг деловых мероприятий.

Понятие брендинга мероприятия. Ценности мероприятия. Составляющие брендинга для мероприятий. «Площадки» для брендинга мероприятия. Визуальная айдентика мероприятия. Примеры брендинга мероприятий.

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

Теоретические занятия

1. Введение. Деловой туризм: понятие, содержание, виды

Содержание и особенности делового туризма. История развития и главные факторы, связь делового туризма с развитием экономики. Деловой туризм как часть туристской сферы и одновременно как часть мировых экономических связей.

2. Структура рынка делового туризма

Описание структуры рынка делового туризма, основных секторов в области туризма и гостеприимства, задействованных при организации и реализации бизнес-туров, дестинации делового туризма, деловой туризм и экономика, влияние состояния экономики на развитие делового туризма, география турпотоков делового туризма.

3. Тренды в развитии индустрии делового туризма: локальный и глобальный аспекты

Анализ состояния дел в развитии делового туризма на различных уровнях (локальном, региональном, федеральном, международном): спрос и предложение. Типология бизнес-путешествий и делового туризма и необходимая инфраструктура.

4. Организация деловых туров

Общие принципы организации делового туризма. Особенности туристского продукта, обеспечение рабочего и нерабочего времени. Требования к размещению, офисному оснащению, содержанию познавательных и развлекательных мероприятий. Классические деловые поездки – обеспечение офисных услуг, уровень сервиса, сочетание деловой программы с другими видами деятельности. MICE-мероприятия – специальные пакеты услуг для поездок на встречи, конференции, выставки; тематический подбор мероприятий, офисное обеспечение. Инсентив-туры – индивидуальные туры, корпоративные мероприятия. Специфика организации

корпоративных мероприятий. Основные мировые операторы в области делового туризма: история, практика, перспективы.

5. Глобальный рынок делового туризма и индустрии деловых встреч.

Особенности российского рынка делового туризма. Опыт организации делового туризма в странах и регионах мира. Мировые центры делового туризма. Опыт сочетания традиционного туризма и делового. Деловой туризм в Западной Европе. Ценовой и временной режим делового туризма. Главные центры. Деловой туризм в странах Азии, специфика потоков и содержание услуг. Российский опыт организации делового туризма. Деловой туризм и проблема сезонности.

6. Особенности планировании деятельности и работы менеджера в бизнес-туризме.

MICE-manager. Требования. Навыки. Личные качества. Функциональные обязанности. Лингвистика в туристическом бизнесе. Деловое общение. Навыки профессиональной коммуникации. Организация событийного туризма. Техника и технология формирования событийного календаря. Выставочный менеджмент. Основные этапы подготовки и проведения мероприятий, поиск и методика привлечения клиентов. Выбор поставщиков услуг. Особенности работы с поставщиками рынка «business-travel». Специфика организации мероприятий для больших групп (от 500 человек). Team-building.

Семинарские занятия

Семинарское занятие 1. Деловой туризм: понятие, содержание, виды

История делового туризма. Понятийный аппарат и правовое обеспечение делового туризма. Рынок делового туризма.

Семинарское занятие 2. Технология и организация конгрессного и делового туризма.

Особенности организации делового и конгрессного тура. Туристская документация. Требования бизнес-путешественников к средствам размещения и транспорту.

Семинарское занятие 3. Технология организации индивидуальных деловых поездок.

Деловые поездки: понятие и особенности организации. Финансово-правовые особенности организации деловых поездок. Роль деловых поездок в формировании туристских потоков.

Семинарское занятие 4. Технология организации поощрительных поездок (2 часа).

Инсентив-путешествия: понятие, история развития, география. Особенности организации поощрительных поездок. Типы инсентив-программ.

Семинарское занятие 5. Технология организации конгрессного туризма.

Понятие и география конгрессного туризма. Особенности организации конгрессного туризма. Финансово-правовые особенности организации конгрессного туризма.

Семинарское занятие 6. Технология организации выставочного туризма

Понятие и география выставочного туризма. Особенности организации выставочного туризма. Разработка концепции участия предприятия в выставочном мероприятии. Планирование бюджета выставки. Формирование команды. Подготовка рекламно-информационных материалов. Организация работ на выставочном и пост-выставочном этапе.

Семинарское занятие 7. Технологии организации событийного туризма

Понятие и особенности организации событийных туров. Продвижение событийных туров за рубежом.

Практические занятия

Практическое занятие 1. Деловой туризм: понятие, содержание, виды

Содержание и особенности делового туризма. История развития и главные факторы, связь делового туризма с развитием экономики. Деловой туризм как часть туристской сферы и одновременно как часть мировых экономических связей.

Практическое занятие 2. Структура рынка делового туризма

Описание структуры рынка делового туризма, основных секторов в области туризма и гостеприимства, задействованных при организации и реализации бизнес-туров, дестинации делового туризма, деловой туризм и экономика, влияние состояния экономики на развитие делового туризма, география турпотоков делового туризма.

Практическое занятие 3. Тренды в развитии индустрии делового туризма: локальный и глобальный аспекты

Анализ состояния дел в развитии делового туризма на различных уровнях (локальном, региональном, федеральном, международном): спрос и предложение. Типология бизнес-путешествий и делового туризма и необходимая инфраструктура.

Практическое занятие 4. Организация деловых туров

Общие принципы организации делового туризма. Особенности туристского продукта, обеспечение рабочего и нерабочего времени. Требования к размещению, офисному оснащению, содержанию познавательных и развлекательных мероприятий. Классические деловые поездки – обеспечение офисных услуг, уровень сервиса, сочетание деловой программы с другими видами деятельности. MICE-мероприятия – специальные пакеты услуг для поездок на встречи, конференции, выставки; тематический подбор мероприятий, офисное обеспечение. Инсентив-туры – индивидуальные туры, корпоративные мероприятия. Специфика организации корпоративных мероприятий. Основные мировые операторы в области делового туризма: история, практика, перспективы.

Практическое занятие 5. Глобальный рынок делового туризма и индустрии деловых встреч.

Особенности российского рынка делового туризма. Опыт организации делового туризма в странах и регионах мира. Мировые центры делового туризма. Опыт сочетания традиционного туризма и делового. Деловой туризм в Западной Европе. Ценовой и временной режим делового туризма. Главные центры. Деловой туризм в странах Азии, специфика потоков и содержание услуг. Российский опыт организации делового туризма. Деловой туризм и проблема сезонности.

Практическое занятие 6. Особенности планировании деятельности и работы менеджера в бизнес-туризме.

MICE-manager. Требования. Навыки. Личные качества. Функциональные обязанности. Лингвистика в туристическом бизнесе. Деловое общение. Навыки профессиональной коммуникации. Организация событийного туризма. Техника и технология формирования событийного календаря. Выставочный менеджмент. Основные этапы подготовки и проведения мероприятий, поиск и методика привлечения клиентов. Выбор поставщиков услуг. Особенности работы с поставщиками рынка «businesstravel». Специфика организации мероприятий для больших групп (от 500 человек). Team-building.

5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим и семинарским занятиям, выполнение самостоятельных заданий,

изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

Вопросы для самоконтроля

1. Современное состояние и перспективы развития делового туризма в мире. Деловой туризм: различные подходы к определению.
2. МICE или деловой туризм. Инсентив-туризм. Событийный франчайзинг.
3. Бизнес-отели и современные требования к конференц-залам Конгресс-центры – суть и перспективы.
4. Транспортное обслуживание в системе делового туризма. Услуги питания в бизнесцентрах и виды деловых приемов.
5. Возможности и перспективы развития делового туризма в Байкальском регионе
6. Конвеншн-центры – суть и перспективы.
7. Основные российские и региональные операторы в области делового туризма. Характеристика предприятий, их возможности.
8. Выставочные и другие деловые центры России: история, практика, перспективы. Оценка состояния рынка делового туризма в г. Томске.
9. Практика проектирования программ обслуживания делового мероприятия.
10. Методика и практика расчета стоимости делового турпродукта приемлемого для рынка и экономически эффективного для конвеншн-центра.

6. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1 Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-2. Способен осуществлять операционную деятельность по организации мероприятий деловой и дополнительной программы выставок

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-7 (ПК-2). Разрабатывает деловые мероприятия на локальном, федеральном и международном уровнях, прогнозирует развитие МСЭ-индустрии с целью удовлетворения запросов потребителей	<i>знает</i>
	РО-1 ИД-7 (ПК-2) основы менеджмента деловых туров;
	<i>умеет</i>
	РО-2 ИД-7 (ПК-2) анализировать факторы, способствующие развитию делового туризма;
	РО-3 ИД-7 (ПК-2) сформировать турпродукт для делового туризма;
ИД-9 (ПК-2). Составляет стратегию по формированию и продвижению брендов сервисных компаний	РО-4 ИД-7 (ПК-2) проводить оценку факторов риска в деловом туризме;
	<i>владеет</i>
	РО-5 ИД-7 (ПК-2) основами анализа потребностей клиентов и разработки деловых туров в соответствии с потребностями целевой аудитории;
	РО-6 ИД-7 (ПК-2) методикой анализа условий для организации делового туризма;
	<i>знает</i>
	РО-7 ИД-9 (ПК-1) основы брендинга мероприятий;
	<i>умеет</i>
	РО-8 ИД-9 (ПК-2) анализировать составляющие брендинга мероприятий;
	РО-9 ИД-9 (ПК-2) продвигать деловое мероприятие, используя технологии брендинга.

6.2 Перечень оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения студентом, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения учащимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости

Перечень тем докладов

1. География маршрутов воздушного делового туризма в Европе и мире.
2. Анализ отельной базы для реализации специальных мероприятий в области делового туризма в России.
3. За и против развития делового туризма в Восточной Европе.
4. Маркетинг место деловых дестинаций.
5. Влияние глобализационных и локализационных тенденций на развитие делового туризма.
6. Специфика продвижения продуктов в области делового туризма на российский, европейский и американский рынки: компаративный анализ.
7. Конференц-индустрия: управление, перспективы, тренды

Тестовые вопросы

1. Какая страна является родоначальницей выставок?
 - а) Великобритания;
 - б) Германия;
 - в) Франция.
2. Экспонат – это:
 - а) участники выставки;
 - б) объект показа;
 - в) сотрудник работающий на стенде.
3. В какой стране была проведена первая всемирная выставка?
 - а) в Японии;
 - б) в Германии;
 - в) в Англии.
4. Как называется крупнейшая выставка в России?
 - а) МИТТ;
 - б) UFI;
 - в) INWETEXS;
5. Главная цель всемирных выставок – это:
 - а) показать достижения в области культуры;
 - б) показать достижения всего человечества;
 - в) показать достижения страны, в которой проводится выставка.
6. По тематическому критерию выставки бывают:
 - а) универсальные, межотраслевые;
 - б) национальные, межрегиональные;

7. Сколько функциональных зон у выставочных стендов?

а) 2;

б) 3;

в) 4.

8. Какой статус имеют выставки или ярмарки, когда иностранные экспоненты составляют не менее 10% от общего числа участников и 5% иностранных посетителей и специалистов.

а) международный;

б) национальный;

в) региональный.

9. Рыночные мероприятия, на которых экспоненты выставляют на основе выставочных образцов производимые товары и услуги – это:

а) выставки;

б) ярмарки;

в) выставки и ярмарки.

10. В какой стране проходит туристская выставка FITUR?

а) во Франции;

б) в Германии;

в) в Испании

11. По какому критерию выставки делятся на всемирные, международные, национальные, региональные, внутрирегиональные, местные, частные?

а) по уровню значимости;

б) по месту проведения;

в) по целям организации.

12. Какой из ниже приведенных документов выработал типовые общие правила всемирных выставок?

а) Таможенная конвенция «О Корнетах АТА»;

б) Брюссельская таможенная конвенция;

в) Парижская конвенция.

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список вопросов к зачету с оценкой

РО-1 ИД-7 (ПК-2) знает основы менеджмента деловых туров;

РО-2 ИД-7 (ПК-2) умеет анализировать факторы, способствующие развитию делового туризма;

РО-3 ИД-7 (ПК-2) умеет сформировать турпродукт для делового туризма;

РО-4 ИД-7 (ПК-2) умеет проводить оценку факторов риска в деловом туризме;

РО-5 ИД-7 (ПК-2) владеет основами анализа потребностей клиентов и разработки деловых туров в соответствии с потребностями целевой аудитории;

РО-6 ИД-7 (ПК-2) владеет методикой анализа условий для организации делового туризма;

РО-7 ИД-9 (ПК-1) знает основы брендинга мероприятий;

РО-8 ИД-9 (ПК-2) умеет анализировать составляющие брендинга мероприятий;

РО-9 ИД-9 (ПК-2) умеет продвигать деловое мероприятие, используя технологии брендинга.

1. История и главные факторы развития делового туризма, связь делового туризма с развитием экономики

2. Виды делового туризма и факторы их динамики

3. Влияние экономических и природно-климатических факторов на развитие делового туризма
4. Общие принципы организации делового туризма; требования к размещению, офисному оснащению, содержанию познавательных и развлекательных мероприятий
5. Классические деловые поездки – обеспечение офисных услуг, уровень сервиса, сочетание деловой программы с другими видами деятельности
6. МІСЕ-мероприятия – специальные пакеты услуг для поездок на встречи, конференции, выставки; тематический подбор мероприятий, офисное обеспечение
7. Инсентив-туры – индивидуальные туры, корпоративные мероприятия. Специфика организации корпоративных мероприятий.
8. Деловой туризм в Западной Европе, главные центры
9. Деловой туризм в странах Азии
10. Российский опыт организации делового туризма
11. Инсентив-туры: понятие, особенности организации.
12. Дифференцированный подход к обслуживанию инсентив-групп различного состава.
13. Факторы, влияющие на выбор места проведения инсентив-программы.
14. Назвать базовый набор услуг, входящий в инсентив программу, а также дополнительные услуги.
15. Типы инсентив-программ. Особенности организации программы тим-билдинг.
16. Бизнес-отель: понятие, требования к оснащению, уровень сервиса.
17. Конвеншн-бюро: понятие и функции.
18. Конгрессный туризм: понятие и особенности организации.
19. Факторы, влияющие на выбор места проведения конференции.
20. Конференц-пакет: понятие, основные и дополнительные услуги, входящие в пакет.
21. Составляющие брендинга для мероприятий.
22. «Примеры брендинга мероприятий».

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Зачет с оценкой. Критерии выставления оценок

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;

- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;

- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;

- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;

- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и проследить причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;

- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;

- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;

- допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;

- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и проследить причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;

- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;

- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;

- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- скрытое или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», оценивание результата проводится следующим образом:

«**Отлично**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

«**Хорошо**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«**Удовлетворительно**» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –70 % правильных ответов;

«**Неудовлетворительно**» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

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

Основная литература:

1. Ведерников, В. П. Методические материалы по курсу «Организация международного туризма» : учебное пособие / В. П. Ведерников, М. В. Грибановская. — Краснодар : Южный институт менеджмента, 2012. — 42 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/9765.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Дополнительная литература:

1. Международный туризм : правовые акты / составители Н. И. Волошин, М. В. Михайлов. — Москва : Российская международная академия туризма, Логос, 2014. — 576 с. — ISBN 978-5-98704-641-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/51866.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Холодилина, Ю. Е. Международный туризм в странах Европейского союза и Америки : учебное пособие / Ю. Е. Холодилина. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 133 с. — ISBN 978-5-7410-1421-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/61371.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Нормативно-правовые документы

1. ФЗ РФ «Закон об основах туристической деятельности в РФ» от 14 ноября 1996 года.
2. ГОСТ 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования».

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS
1. Информационно-сервисный центр «Культура: Политика. Планирование. Менеджмент» – <http://www.culturalmanagment.ru>
2. Ивент-менеджмент – <http://www.event-mobys.ru>
3. Информационный портал Культура – <http://www.kultura-portal.ru> .
4. Город отелей – <http://www.city-of-hotels.ru/>
7. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф
Профессиональные базы данных в составе СПС Консультант:
- Законодательство Санкт-Петербурга и Ленинградской области
- Международное право

9. Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- VS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

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

В зависимости от вида проводимых занятий используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий и наглядными пособиями);

- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет);
- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.