

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ В.М. КОКОВА»

Факультет «Торгово-технологический»
Кафедра «Товароведение, туризм и право»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
доцент Тлупов Т.Х.



«27» мая 2025г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.01 ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЛОВЫХ
МЕРОПРИЯТИЙ

Направление подготовки **43.04.02 Туризм**

Направленность (профиль) **Инновационные технологии в гостиничном и туристическом бизнесе**

Квалификация выпускника **магистр**

Курс обучения **2 (2)**

Семестр **3 (4)**

Форма обучения **очная (заочная)**

НАЛЬЧИК - 2025

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «Технологии и организация деловых мероприятий» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от 15 июня 2017 г. N 556 и рабочего учебного плана подготовки магистров по данному направлению.

Составитель рабочей программы

д.э.н., профессор



Э.В. Бесланеев

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Товароведение, туризм и право»
Протокол от «22» мая 2025 г. № 10
Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент



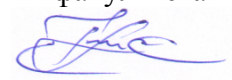
Е.А. Яицкая

Одобрено методической комиссией факультета «Торгово-технологический»

Протокол от «23» мая 2025 г. № 10

Председатель МК факультета «Торгово-технологический»

к.б.н., доцент



Т.Х. Тлупов

Согласовано:

Директор научной библиотеки



И.А. Шогенова

«22» мая 2025 г.

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: формирование теоретических знаний, приобретение практических умений и навыков работы с использованием эффективных и инновационных методов организации деловых мероприятий.

Задачами дисциплины является:

- формирование знаний технологии и организации проведения совещаний;
- технология организации и проведения переговоров с партнерами;
- технология организации и проведения презентаций;
- технология организации и проведения конференций;
- технология организации и проведения корпоративных мероприятий;
- технология организации и проведения деловых приемов;
- выставочные технологии;
- технология организации и проведения инсентив-мероприятий.

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

Код компетенций	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-5	Способен управлять внедрением технологических инноваций и современных информационных и коммуникативных технологий для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма.	ИД-1 _{ПК-5} Определяет ключевые технологические туристские новации.	Знать: Формы и методы управления технологиями и организации деловых мероприятий на основе современных информационных и коммуникативных технологий туристских новаций для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма Уметь: управлять внедрением ключевых технологических инноваций и современных информационных и коммуникативных туристских услуг при организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма Владеть: навыками технологии и организации деловых мероприятий информационных и

			коммуникативных ключевых технологий в туриндустрии, туристских новаций для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма.
		ИД-2 _{ПК-5} Оценивает эффективность и обосновывает применение современных информационных и коммуникативных технологий для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	Знать: технологические инновации и современные информационные и коммуникативные технологии и критерии оценки эффективности деловых мероприятий, для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма. Уметь: управлять и оценивать эффективность и обосновывать применение современных информационных и коммуникативных деловых мероприятий, для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма Владеть: навыками управления и оценки эффективности и обоснования применения современных информационных и коммуникативных деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.
		ИД-3 _{ПК-5} Способен осуществлять экспертизу проектов по внедрению перспективных туристских услуг, выявлять их достоинства и недостатки, разрабатывать план внедрения инновационных технологий.	Знать: формы и методы управления, внедрения и экспертизы технологических инноваций и современных информационных и коммуникативных технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма. Уметь: осуществлять управление, внедрение и

			<p>экспертизу технологических инноваций и современных информационных и коммуникативных технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма.</p> <p>Владеть: навыками управления, внедрения и экспертизы технологических инноваций и современных информационных и коммуникативных технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма.</p>
ПК-6	<p>Способен разрабатывать маркетинговые концепции предприятий сферы туризма и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных средств и историко-культурных особенностей региона.</p>	<p>ИД-1_{ПК-6}</p> <p>Обосновывает маркетинговую концепцию предприятия сферы туризма с использованием современных информационно-коммуникативных технологий для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.</p>	<p>Знать: Формы и методы деловых мероприятий и обслуживания, разработки маркетинговых концепции предприятий туристической и реализации их с использованием информационно-коммуникационных средств и историко-культурных особенностей региона для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.</p> <p>Уметь: разрабатывать и обосновывать маркетинговые концепции предприятий туристической с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристических услуг и обслуживания для обеспечения конкурентоспособности</p>

			<p>предприятий сферы туризма.</p> <p>Владеть: навыками разработки и обоснования маркетинговой концепции предприятий туристической сферы с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристических услуг и организации обслуживания для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.</p>
		<p>ИД-2 ПК-6</p> <p>Разрабатывать стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей региона.</p>	<p>Знать: способы и методы деловых мероприятий туристических услуг и в туристической сфере, разработки стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона</p> <p>Уметь: разрабатывать деловых мероприятий туристических услуг в туристической сфере, стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей региона</p> <p>Владеть: навыками разработки деловых мероприятий туристических услуг и в туристической сфере, стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма, с учетом историко-культурных особенностей региона.</p>
		<p>ИД-3 ПК-6</p> <p>Использовать</p>	<p>Знать: формы и методы деловых мероприятий в</p>

		современные информационно-коммуникационные средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма.	туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникационных средств для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей региона. Уметь: разрабатывать деловые мероприятия в туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникационных средств для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей региона. Владеть: навыками разработки технологии и организации деловых мероприятий туристских услуг и обслуживания в туриндустрии, стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона в сфере туризма.
--	--	---	--

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Технологии и организация деловых мероприятий» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)», включенных в учебный план направления подготовки 43.04.02 «Туризм», направленность «Инновационные технологии в гостиничном и туристическом бизнесе».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Учебные занятия	Очная форма обучения		Заочная форма обучения	
	семестр		семестр	
	3		4	
	З.е.	часов	З.е.	часов
1. Контактная работа, з.е./час, в том числе (час):	1,02	37(12)*	0,39	14
лекции	0,44	16(4)*	0,17	6(4)*
практические занятия	0,44	16(4)*	0,16	6
групповые консультации	0,03	1	0,03	1
контрольные балльно-рейтинговые мероприятия	0,08	3		
Промежуточная аттестация: зачет	0,03	1	0,03	1
2. Самостоятельная работа з.е./час, в том числе (час):	1,97	71	2,61	94
самостоятельное изучение отдельных тем модуля, подготовка к практическим занятиям	1,83	66	2,47	89
Контроль (подготовка к промежуточной аттестации)	0,14	5	0,14	5
Общая трудоемкость	3	108	3	108

()* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.1. Содержание дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенных на них количества часов и видов учебных занятий (очная форма обучения)

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Аудиторные занятия		Самост. работы
		Лекции	Практ. занятия	Самост. изучение отдельных тем
1.	Раздел 1. Туризм как сфера профессионального и делового общения Тема 1. Туризм как сфера профессионального и делового общения.	2(2)*	2	8
2.	Тема 2. Организационные коммуникации, структура и механизмы профессионального и делового общения на предприятиях сферы туризма	2	2(2)*	8
3.	Тема 3. Работник хозяйствующей организации сферы туризма как субъект профессионального и делового общения	2	2(2)*	8
4.	Раздел 2. Психологические детерминанты осознанного поведения клиентов туристских организаций в ходе делового общения	2(2)*	2	8

	Тема 4. Мотивационно-целевая обусловленность делового общения клиентов хозяйствующих организаций сферы туризма.			
5	Тема 5. Неосознанные регуляторы поведения потребителей туруслуг в ходе делового общения.	2	2	8
6	Тема 6. Влияние гендерных, этнических, возрастных и характерологических особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения.	2	2	8
7	Тема 7. Профессиональное общение в системе управления коллективом хозяйствующей организации сферы туризма.	2	2	8
8	Тема 8. Жизнедеятельность предприятия туристической индустрии как предмет профессионального общения работников	2	2	10
Итого:		16(4)*	16(4)*	66

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.2 Содержание дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий (заочная форма обучения)

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Аудиторные занятия		Самост. работы
		Лекции	Практ. занятия	Самост. изучение отдельных тем
1.	Раздел 1. Туризм как сфера профессионального и делового общения Тема 1. Туризм как сфера профессионального и делового общения.	2(2)*		11
2.	Тема 2. Организационные коммуникации, структура и механизмы профессионального и делового общения на предприятиях сферы туризма		2	11
3.	Тема 3 Работник хозяйствующей организации сферы туризма как субъект профессионального и делового общения			11
4.	Раздел 2. Психологические детерминанты осознанного поведения клиентов туристских организаций в ходе делового общения Тема 4. Мотивационно-целевая обусловленность делового общения клиентов хозяйствующих организаций сферы туризма.	2(2)*		11

5	Тема 5. Неосознанные регуляторы поведения потребителей туруслуг в ходе делового общения.		2	11
6	Тема 6 Влияние гендерных, этнических, возрастных и характерологических особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения.	2		11
7	Тема 7. Профессиональное общение в системе управления коллективом хозяйствующей организации сферы туризма.		2	11
8	Тема 8. Жизнедеятельность предприятия туриндустрии как предмет профессионального общения работников			12
Итого:		6(4)*	6	89

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.3 Содержание разделов дисциплины (модуля)

4.3.1 Лекции

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Номер и тема и содержание лекции	Трудоемкость час	
			очно	заочно
1.	Туризм как сфера профессионального и делового общения	Раздел 1. Туризм как сфера профессионального и делового общения Тема 1. Туризм как сфера профессионального и делового общения. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма. Потребности туристской индустрии в развитии профессионального и делового общения. Характерные черты современного потребителя туруслуг. Культура профессионального и делового общения в хозяйствующих организациях сферы туризма.	2(2)*	2(2)*
		Тема 2. Организационные коммуникации, структура и механизмы профессионального и делового общения на предприятиях сферы туризма. Виды организационных коммуникаций на предприятиях сферы туризма. Структура профессионального и делового общения в хозяйствующих организациях сферы туризма. Функциональная характеристика профессионального и делового общения в сфере туризма. Модели переговоров как формы профессионального и делового общения в сфере туризма. Стратегия и тактика ведения переговоров в сфере туризма.	2	-
2.	Психологические детерминанты	Тема 3. Работник хозяйствующей организации сферы туризма как субъект	2	-

	осознанного поведения клиентов туристских организаций в ходе делового общения	профессионального и делового общения. Понятия «субъект» и «объект» профессионального и делового общения. Субъектные и личностные характеристики работника хозяйствующей организации сферы туризма. Функциональная готовность работников хозяйствующих организаций сферы туризма к эффективному профессиональному и деловому общению.		
		Раздел 2. Психологические детерминанты осознанного поведения клиентов туристских организаций в ходе делового общения Тема 4. Мотивационно-целевая обусловленность делового общения клиентов хозяйствующих организаций сферы туризма. Влияние волевой и чувственной сфер личности клиента тур организации на осуществление делового общения. Особенности познавательной сферы личности клиента и ее влияние на организацию делового общения. Интеллект клиента турорганизации как фактор влияния на организацию делового общения	2(2)*	2(2)*
		Тема 5. Неосознанные регуляторы поведения потребителей туруслуг в ходе делового общения. Влияние на психику человека макро- и микромира. Природно обусловленные базовые побудители деятельности и бессознательные регуляторы выбора целей, поведенческих реакций и принятия решений. Природно обусловленные и переданные по наследству базовые побудители деятельности. Бессознательные и подсознательные регуляторы выбора целей, поведенческих реакций и принятия решений. Темпераментные особенности потребителей туруслуг и их влияние на деловое общение	2	-
		Тема 6. Влияние гендерных, этнических, возрастных и характерологических особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения. Влияние гендерных особенностей на деловое и профессиональное общение. Этнические особенности и их влияние на деловое и профессиональное общение. Возрастные особенности и их влияние на деловое и профессиональное общение. Влияние характерологических особенностей на деловое и профессиональное общение	2	2
		Тема 7. Профессиональное общение в системе управления коллективом	2	-

		хозяйствующей организации сферы туризма. Обеспечение развития коллектива хозяйствующей организации сферы туризма как цель профессионального общения менеджера. Организация воздействия средствами профессионального общения на социально-психологические механизмы развития коллективов турпредприятий и турфирм. Место и роль профессионального общения в функциональной системе управленческой деятельности менеджеров турорганизации. Функция целеполагания. Информационно-аналитическая функция. Прогностическая функция. Функция принятия решения. Функция организационно-методического обеспечения. Контрольно-оценочная функция		
		Тема 8. Жизнедеятельность предприятия туристической индустрии как предмет профессионального общения работников. Миссия, цели и функциональное строение предприятий туристической индустрии. Корпоративная культура предприятия туристической индустрии. Стратегии развития предприятий туристической сферы. Система управления предприятием туристической индустрии.	2	-
Итого по дисциплине			16(4)*	6(4)*

4.3.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины (название модуля)	Номер и тема практических занятий	Трудоемкость час	
			Очная форма обучения	Заочная форма обучения
1.	Туризм как сфера профессионального и делового общения	Тема 1. Туризм как сфера профессионального и делового общения. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма. Потребности туристической индустрии в развитии профессионального и делового общения. Характерные черты современного потребителя туристических услуг. Культура профессионального и делового общения в хозяйствующих организациях сферы туризма.	2	-
		Тема 2. Организационные коммуникации, структура и механизмы профессионального и делового общения	2(2)*	2

		на предприятиях сферы туризма. Виды организационных коммуникаций на предприятиях сферы туризма. Структура профессионального и делового общения в хозяйствующих организациях сферы туризма. Функциональная характеристика профессионального и делового общения в сфере туризма. Модели переговоров как формы профессионального и делового общения в сфере туризма. Стратегия и тактика ведения переговоров в сфере туризма.		
2.	Психологические детерминанты осознанного поведения клиентов туристских организаций в ходе делового общения	Тема 3. Работник хозяйствующей организации сферы туризма как субъект профессионального и делового общения. Понятия «субъект» и «объект» профессионального и делового общения. Субъектные и личностные характеристики работника хозяйствующей организации сферы туризма. Функциональная готовность работников хозяйствующих организаций сферы туризма к эффективному профессиональному и деловому общению.	2(2)*	-
		Тема 4. Мотивационно-целевая обусловленность делового общения клиентов хозяйствующих организаций сферы туризма. Влияние волевой и чувственной сфер личности клиента тур организации на осуществление делового общения. Особенности познавательной сферы личности клиента и ее влияние на организацию делового общения. Интеллект клиента турорганизации как фактор влияния на организацию делового общения	2	-
		Тема 5. Неосознанные регуляторы поведения потребителей туруслуг в ходе делового общения. Влияние на психику человека макро- и микромира. Природно обусловленные базовые побудители деятельности и бессознательные регуляторы выбора целей, поведенческих реакций и принятия решений. Природно обусловленные и переданные по наследству базовые побудители деятельности. Бессознательные и подсознательные регуляторы выбора целей, поведенческих реакций и принятия решений. Темпераментные особенности потребителей туруслуг и их влияние на деловое общение	2	2
		Тема 6. Влияние гендерных, этнических, возрастных и характерологических особенностей на поведение людей в ходе	2	-

		профессионального и делового общения. Влияние гендерных особенностей на деловое и профессиональное общение. Этнические особенности и их влияние на деловое и профессиональное общение. Возрастные особенности и их влияние на деловое и профессиональное общение. Влияние характерологических особенностей на деловое и профессиональное общение		
		Тема 7. Профессиональное общение в системе управления коллективом хозяйствующей организации сферы туризма. Обеспечение развития коллектива хозяйствующей организации сферы туризма как цель профессионального общения менеджера. Организация воздействия средствами профессионального общения на социально-психологические механизмы развития коллективов турпредприятий и турфирм. Место и роль профессионального общения в функциональной системе управленческой деятельности менеджеров турорганизации. Функция целеполагания. Информационно-аналитическая функция. Прогностическая функция. Функция принятия решения. Функция организационно-методического обеспечения. Контрольно-оценочная функция	2	2
		Тема 8. Жизнедеятельность предприятия туристической индустрии как предмет профессионального общения работников. Миссия, цели и функциональное строение предприятий туристической индустрии. Корпоративная культура предприятия туристической индустрии. Стратегии развития предприятий туристической сферы. Система управления предприятием туристической индустрии.	2	-
Итого по дисциплине			16(4)*	6

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

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине Б1.В.ДВ.01.01 «Технологии и организация деловых мероприятий» в научной библиотеке университета имеется достаточное количество учебников и учебных пособий. Кроме этого, надо отметить, что для полноты обеспечения самостоятельной работы учебно – методической документацией по данной дисциплине разработаны для внутривузовского пользования следующие учебные пособия и методические указания:

1. Бесланев, Э.В. Учебно-методическое пособие к практическим занятиям по дисциплине «Технология и организация деловых мероприятий и обслуживания в туризме»

для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм» всех форм обучения. Нальчик, 2020.

2. Бесланев, Э.В. Учебно-методическое пособие к самостоятельной работе по дисциплине «Технология и организация деловых мероприятий и обслуживания в туризме» для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм» всех форм обучения / [Электронный ресурс]/сост. Э.В. Бесланев. – Нальчик КБГАУ, 2020. – эл. опт. диск (CD-ROM).

3. Бесланев Э.В., Тестовые задания по дисциплине «Технология и организация деловых мероприятий и обслуживания в туризме» (для итогового тестирования) [Электронный ресурс]/сост. Э.В. Бесланев. – Нальчик КБГАУ, 2020.

На самостоятельную работу при изучении данной дисциплины отводится по очной (заочной) формам обучения соответственно 71(94) часов, из них 66(89) часа выделяется на самостоятельное изучение отдельных тем (модулей). При самостоятельном изучении отдельных вопросов и тем основными видами самостоятельной работы обучающихся являются: проработка учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы и информационно-образовательных ресурсов, конспектирование материалов, подготовка к выполнению лабораторных работ, к опросу, тестированию, к контрольным бально-рейтинговым мероприятиям, подготовка к промежуточной аттестации.

На очной форме обучения контроль самостоятельной работы, чаще всего осуществляется перед началом чтения лекции, выполнения практических работ, во время проведения бально-рейтинговых контрольных мероприятий и промежуточной аттестации.

На заочной форме обучения, контроль самостоятельной работы осуществляется только во время промежуточной аттестации.

Объем часов выделяемых для подготовки к промежуточной аттестации (5ч. по очной форме и 5ч. по заочной форме обучения), используется для самостоятельной подготовки обучающихся к зачетам. Данный этап является завершающим при изучении дисциплины, и контроль самостоятельной работы осуществляется на промежуточной аттестации.

№№ раздел ов	Тема и вопросы самостоятельной работы студентов	Объем часов очно (заочно)	Перечень учебно- методическо го обеспечения	Форма контроля
1.	Туризм как сфера профессионального и делового общения. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма. Потребности туристской индустрии в развитии профессионального и делового общения. Характерные черты современного потребителя туруслуг. Культура профессионального и делового общения в хозяйствующих организациях сферы туризма	8(11)	[1,2,3]	Подготовка к сдаче зачета. Ответ во время зачета.

2.	Организационные коммуникации, структура и механизмы профессионального и делового общения на предприятиях сферы туризма. Виды организационных коммуникаций на предприятиях сферы туризма. Структура профессионального и делового общения в хозяйствующих организациях сферы туризма. Функциональная характеристика профессионального и делового общения в сфере туризма. Модели переговоров как формы профессионального и делового общения в сфере туризма. Стратегия и тактика ведения переговоров в сфере туризма.	8(11)	[1,2,3]	Подготовка к сдаче зачета. Ответ во время зачета.
3.	Работник хозяйствующей организации сферы туризма как субъект профессионального и делового общения. Понятия «субъект» и «объект» профессионального и делового общения. Субъектные и личностные характеристики работника хозяйствующей организации сферы туризма. Функциональная готовность работников хозяйствующих организаций сферы туризма к эффективному профессиональному и деловому общению.	8(11)	[1,2,3]	Подготовка к сдаче зачета. Ответ во время зачета.
4.	Раздел 2. Психологические детерминанты осознанного поведения клиентов туристских организаций в ходе делового общения Тема 4. Мотивационно-целевая обусловленность делового общения клиентов хозяйствующих организаций сферы туризма. Влияние волевой и чувственной сфер личности клиента тур организации на осуществление делового общения. Особенности познавательной сферы личности клиента и ее влияние на организацию делового общения. Интеллект клиента турорганизации как фактор влияния на организацию делового общения	8(11)	[1,2,3]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета. Ответ во время проведения контрольных мероприятий и зачета.
5.	Тема 5. Неосознанные регуляторы поведения потребителей туруслуг в ходе делового общения. Влияние на психику человека макро- и микромира. Природно обусловленные базовые побудители деятельности и бессознательные регуляторы выбора целей, поведенческих реакций и принятия решений. Природно обусловленные и переданные по наследству	8(11)	[1,2,3]	Подготовка к сдаче зачета. Ответ во время зачета.

	базовые побудители деятельности. Бессознательные и подсознательные регуляторы выбора целей, поведенческих реакций и принятия решений. Темпераментные особенности потребителей туруслуг и их влияние на деловое общение			
6.	Тема 6. Влияние гендерных, этнических, возрастных и характерологических особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения. Влияние гендерных особенностей на деловое и профессиональное общение. Этнические особенности и их влияние на деловое и профессиональное общение. Возрастные особенности и их влияние на деловое и профессиональное общение. Влияние характерологических особенностей на деловое и профессиональное общение	8(11)	[1,2,3]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета. Ответ во время проведения контрольных мероприятий и зачета.
7.	Тема 7. Профессиональное общение в системе управления коллективом хозяйствующей организации сферы туризма. Обеспечение развития коллектива хозяйствующей организации сферы туризма как цель профессионального общения менеджера. Организация воздействия средствами профессионального общения на социально-психологические механизмы развития коллективов турпредприятий и турфирм. Место и роль профессионального общения в функциональной системе управленческой деятельности менеджеров турорганизации. Функция целеполагания. Информационно-аналитическая функция. Прогностическая функция. Функция принятия решения. Функция организационно-методического обеспечения. Контрольно-оценочная функция	8(11)	[1,2,3]	Подготовка к сдаче зачета. Ответ во время зачета.
8.	Жизнедеятельность предприятия туриндустрии как предмет профессионального общения работников. Миссия, цели и функциональное строение предприятий туриндустрии. Корпоративная культура предприятия туристской индустрии. Стратегии развития предприятий туристской сферы. Система управления предприятием туриндустрии	10(12)	[1,2,3]	Подготовка к сдаче зачета. Ответ во время зачета.
	Итого	66(89)		
	Подготовка к промежуточной аттестации	5(5)		
	Всего	71(94)		

* Перечень учебно-методического обеспечения приведен в разделе 8.

6. Фонд оценочных средств, для проведения текущего и промежуточного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся

№ модуля	Структурированные модули	Коды формируемых компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения дисциплины
1	Тема 1. Туризм как сфера профессионального и делового общения.	ПК-5 ПК-6	1-й рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита
2	Тема 2. Организационные коммуникации, структура и механизмы профессионального и делового общения на предприятиях сферы туризма		
3	Тема 3 Работник хозяйствующей организации сферы туризма как субъект профессионального и делового общения		
4	Тема 4. Мотивационно-целевая обусловленность делового общения клиентов хозяйствующих организаций сферы туризма.		
5	Тема 5. Неосознанные регуляторы поведения потребителей туруслуг в ходе делового общения	ПК-5 ПК-6	2-й рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита
6	Тема 6 Влияние гендерных, этнических, возрастных и характерологических особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения.	ПК-5 ПК-6	3-й рейтинг-контроль. Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита
7	Тема 7. Профессиональное общение в системе управления коллективом хозяйствующей организации сферы туризма.		

8	Тема 8. Жизнедеятельность предприятия туристической индустрии как предмет профессионального общения работников		
---	--	--	--

6.2. Показатели и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся

Текущий контроль - это непрерывное отслеживание освоения индикаторов достижения профессиональных компетенций по дисциплине.

Промежуточный контроль проводится с целью оценки усвоения студентами материала крупного модуля или раздела учебной дисциплины. В течение семестра проводится три таких контрольных мероприятий, согласно календарного учебного графика. Промежуточный контроль – это своего рода микроэкзамен по пройденному материалу учебной дисциплины. Он может проводиться, как в устной, так и в письменной форме, а также в виде тестового контроля.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом:

- оценки (текущего контроля) за работу в семестре (оценки за выполнение контрольных заданий, за выполнение и успешную защиту практических работ, за активное участие на семинарских и практических занятиях);
- оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях (тестовые задания и коллоквиум);

Для определения оценки за работу в семестре и оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях содержательная часть рабочей программы четко структурируется на содержательные модули из которых формируется три блока (модуля), с периодами изучения равными периодам проведения рейтинг-контроля.

Таким образом, устанавливается объем дисциплины, подлежащей оценке качества усвоения в рамках блоков. При этом каждая контрольная точка оценивается в 20 баллов, из которых на долю текущего контроля приходится 10 баллов, а остальные 10 баллов студент может получить по результатам промежуточного контроля.

Критериями оценки сформированности компетенций являются уровень освоения обучающимися знаний, умений и навыков, которыми они должны обладать при изучении разделов (модулей) дисциплин.

Согласно этих критериев при разработке шкал оценивания руководствуются следующим:

15-20 баллов – студент получает при **высоком** уровне овладения компетенциями и освоения знаний, умений и теоретического материала без пробелов; выполнении всех заданий, предусмотренных учебным планом на высоком качественном уровне; сформировании практических навыков, профессионального применения освоенных знаний;

Это позволяет получить студенту «автоматом» (при 55 и более баллов) или на промежуточной аттестации (при 45 и более баллов) оценку «отлично».

10-14 баллов – студент получает при **среднем** уровне овладения компетенциями и освоении знаний, умений и теоретического материала, когда учебные задания не оценены максимальным числом баллов, и в основном сформированы практические навыки.

До 10 баллов – студент получает при **пороговом** уровне овладения компетенциями и частично с пробелом освоении знаний, умений и теоретического материала, некачественном выполнении учебных заданий, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, в случаях не сформирования некоторых практических навыков

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

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

Рабочей программой дисциплины «Технология и организация деловых мероприятий и обслуживания в туризме» предусмотрено участие дисциплины в формировании следующих компетенций:

ПК-5 Способен управлять внедрением технологических инноваций и современных информационных и коммуникативных технологий для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма.

ПК-6 Способен разрабатывать маркетинговые концепции предприятий сферы туризма и реализовывать их с использованием информационно-коммуникационных средств и историко-культурных особенностей региона

В процессе освоения образовательной программы по направления подготовки 43.04.02 «Туризм» компетенции ПК-5, ПК-6 формируются при изучении дисциплин, прохождении практик и ГИА.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы «Туризм»

Код компетенции	Дисциплины, практики, ГИА, через которые формируется компетенция (компоненты)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы*
ПК-5	Б1.В.ДВ.01.01 Технологии и организация деловых мероприятий	3
	Б1.В.ДВ.01.02 Технологии продаж и обслуживания в туризме	3
	Б1.В.ДВ.02.01 Современные технологии обеспечения конкурентоспособности инновационного турпродукта	3
	Б1.В.ДВ.02.02 Разработка инновационного турпродукта	3
	Б1.В.02 Технология и организация обслуживания в сфере гостеприимства	3
	Б2.О.06(П) Производственная практика, проектно-технологическая	3
	Б3.01.(Д) Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	4
ПК-6	Б1.О.07 Туристский маркетинг	2
	Б1.В.03 Историко-культурные особенности региона	2
	Б1.В.ДВ.01.01 Технологии и организация деловых мероприятий	3
	Б1.В.ДВ.01.02 Технологии продаж и обслуживания в туризме	3

	Б2.О.07(Пд) Преддипломная практика	4
	Б3.01.(Д) Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	4

** Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы определяются семестром изучения дисциплин и прохождения практик.*

7.2 . Описание показателей индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

Промежуточная аттестация - зачет.

При модульной системе основным стимулом к регулярной работе студентов является возможность быть освобожденным от зачета, (получить его «автоматом»). Для этого студент должен выполнить следующие условия:

- не иметь по промежуточным модулям **0** баллов;
- если студент набрал по итогам текущего рейтинга **49** и более баллов, то он получает зачет «автоматом»;

Максимальная сумма баллов, которую студент может набрать за семестр по учебной дисциплине составляет **100** баллов, из которых на текущий и промежуточный контроль отводится **60** баллов. Каждая контрольная точка, согласно календарного учебного графика в семестре их 3, оценивается в 20 баллов, из которых 10 приходится на текущий контроль, 10 баллов на промежуточный. Оставшиеся **40** баллов - это сумма баллов, которую студент может набрать по результатам промежуточной аттестации (зачет).

Индикаторы достижения компетенции*

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
ИД-1 ПК-5 Определяет ключевые технологически е туристские новации. (3 этап)	Знать: Формы и методы управления технологиями и организации деловых мероприятий на основе современных информационных и коммуникативны х ключевых технологий туристских новаций для обеспечения конкурентоспосо бности объектов сферы туризма	Не знает ключевые Формы и методы управления технологиями и организации деловых мероприятий на основе современных информационн ых и коммуникативн ых ключевых технологий туристских новаций для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма	Частично знает Формы и методы управления технологиями и организации деловых мероприятий на основе современных информационн ых и коммуникативн ых ключевых технологий туристских новаций для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма	На достаточно хорошем уровне знает Формы и методы управления технологиями и организации деловых мероприятий на основе современных информационн ых и коммуникативн ых ключевых технологий туристских новаций для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма	На высоком уровне знает. Формы и методы управления технологиями и организации деловых мероприятий на основе современных информационн ых и коммуникатив ных ключевых технологий туристских новаций для обеспечения конкурентоспо сности объектов сферы туризма

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
	Уметь: управлять внедрением ключевых технологических инноваций и современных информационных и коммуникативны х туристских услуг при организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспосо бности объектов сферы туризма	Не обладает умениями управлять внедрением ключевых технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникативн ых туристских услуг при организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма	Частично обладает умениями выявлять управлять внедрением ключевых технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникативн ых туристских услуг при организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма	На достаточно хорошем уровне умеет ключевые управлять внедрением ключевых технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникативн ых туристских услуг при организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма	На высоком уровне умеет управлять внедрением ключевых технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникатив ных туристских услуг при организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспо собности объектов сферы туризма
	Владеть: навыками технологии и организации деловых мероприятий информационных и коммуникативны х ключевых технологий в туриндустрии, туристских новаций для обеспечения конкурентоспосо бности объектов сферы туризма.	Не владеет навыками технологии и организации деловых мероприятий информационн ых и коммуникативн ых ключевых технологий в туриндустрии, туристских новаций для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	Не в полной мере владеет навыками технологии и организации деловых мероприятий информационн ых и коммуникативн ых ключевых технологий в туриндустрии, туристских новаций для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	На достаточно навыками технологии и организации деловых мероприятий информационн ых и коммуникативн ых ключевых технологий в туриндустрии, туристских новаций для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	Владеет на высоком уровне навыками технологии и организации деловых мероприятий информационн ых и коммуникатив ных ключевых технологий в туриндустрии, туристских новаций для обеспечения конкурентоспо собности объектов сферы туризма.
ИД-2 ПК-5 Оценивает эффективность и обосновывает применение современных информационн ых и	Знать: инновации и современные информационные и коммуникативны е технологий и критерии оценки эффективности	Не знает инновации и современные информационн ые и коммуникативн ые технологий и критерии оценки	Частично знает инновации и современные информационн ые и коммуникативн ые технологий и критерии	На достаточно хорошем уровне знает инновации и современные информационн ые и коммуникативн ые технологий	На высоком уровне знает инновации и современные информационн ые и коммуникатив ные технологий и

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
коммуникативн ых технологий для обеспечения конкурентоспос обности предприятий сферы туризма. (3 этап)	деловых мероприятий, для обеспечения конкурентоспосо бности объектов сферы туризма.	эффективности деловых мероприятий, для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	оценки эффективности деловых мероприятий, для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	и критерии оценки эффективности деловых мероприятий, для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	критерии оценки эффективности деловых мероприятий, для обеспечения конкурентоспо собности объектов сферы туризма.
	Уметь: управлять и оценивать эффективность и обосновывать применение современных информационных и коммуникативны х деловых мероприятий , для обеспечения конкурентоспосо бности предприятий сферы туризма	Не обладает умениями управлять и оценивать эффективность и обосновывать применение современных информационн ых и коммуникативн ых деловых мероприятий , для обеспечения конкурентоспос обности предприятий сферы туризма	Частично обладает умениями управлять и оценивать эффективность и обосновывать применение современных информационн ых и коммуникативн ых деловых мероприятий , для обеспечения конкурентоспос обности предприятий сферы туризма	На достаточно хорошем уровне умеет управлять и оценивать эффективность и обосновывать применение современных информационн ых и коммуникативн ых деловых мероприятий , для обеспечения конкурентоспос обности предприятий сферы туризма	На высоком уровне умеет управлять и оценивать эффективность и обосновывать применение современных информационн ых и коммуникатив ных деловых мероприятий , для обеспечения конкурентоспо собности предприятий сферы туризма
	Владеть: навыками оценки эффективности и обоснованного применения современных информационных и коммуникативны х технологий для обеспечения конкурентоспосо бности предприятий сферы туризма	Не владеет навыками оценки эффективности и обоснованного применения современных информационн ых и коммуникативн ых технологий для обеспечения конкурентоспо собности предприятий сферы туризма	Не в полной мере владеет навыками оценки эффективности и обоснованного применения современных информационн ых и коммуникативн ых технологий для обеспечения конкурентоспо собности предприятий сферы туризма	На достаточно хорошем уровне владеет навыками оценки эффективности и обоснованного применения современных информационн ых и коммуникативн ых технологий для обеспечения конкурентоспо собности предприятий сферы туризма	Владеет на высоком уровне навыками оценки эффективности и обоснованного применения современных информационн ых и коммуникатив ных технологий для обеспечения конкурентоспо собности предприятий сферы туризма
ИД-3 ПК-5	Знать: формы и	Не знает	Частично	На достаточно	На высоком

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
Способен осуществлять экспертизу проектов по внедрению перспективных туристских услуг, выявлять их достоинства и недостатки, разрабатывать план внедрения инновационных технологий. (3 этап)	методы управления, внедрения и экспертизы технологических инноваций и современных информационных и коммуникативны х технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспосо бности объектов сферы туризма.	формы и методы управления, внедрения и экспертизы технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникативн ых технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	знает формы и методы управления, внедрения и экспертизы технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникативн ых технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	хорошем уровне знает формы и методы управления, внедрения и экспертизы технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникативн ых технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	уровне знает формы и методы управления, внедрения и экспертизы технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникатив ных технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспо собности объектов сферы туризма.
	Уметь: осуществлять управление, внедрение и экспертизу технологических инноваций и современных информационных и коммуникативны х технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспосо бности объектов сферы туризма.	Не обладает умениями управление, внедрение и экспертизу технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникативн ых технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	Частично обладает умениями управление, внедрение и экспертизу технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникативн ых технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	На достаточно хорошем уровне умеет управление, внедрение и экспертизу технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникативн ых технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспос обности объектов сферы туризма.	На высоком уровне умеет управление, внедрение и экспертизу технологическ их инноваций и современных информационн ых и коммуникатив ных технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспо собности объектов сферы туризма.
	Владеть: навыками управления, внедрения и экспертизы технологических инноваций и	Не владеет навыками управления, внедрения и экспертизы технологическ их инноваций и	Не в полной мере владеет навыками управления, внедрения и экспертизы технологическ	На достаточно хорошем уровне владеет навыками управления, внедрения и экспертизы	Владеет на высоком уровне навыками управления, внедрения и экспертизы

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
	современных информационных и коммуникативных технологий в организации мероприятий для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма.	современных информационных и коммуникативных технологий в организации мероприятий для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма.	х инноваций и современных информационных и коммуникативных технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма.	технологически х инноваций и современных информационных и коммуникативных технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма.	технологически х инноваций и современных информационных и коммуникативных технологий в организации деловых мероприятий для обеспечения конкурентоспособности объектов сферы туризма.
ИД-1 ПК-6 Обосновывает маркетинговую концепцию предприятия сферы туризма с использованием современных информационных и коммуникативных технологий для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма. (3 этап)	Знать: Формы и методы деловых мероприятий и обслуживания, разработки маркетинговых концепций предприятий туристической и реализации их с использованием информационно-коммуникационных средств и историко-культурных особенностей региона для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	Не знает как Формы и методы деловых мероприятий и обслуживания, разработки маркетинговых концепций предприятий туристической и реализации их с использованием информационно-коммуникационных средств и историко-культурных особенностей региона для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	Частично знает Формы и методы деловых мероприятий и обслуживания, разработки маркетинговых концепций предприятий туристической и реализации их с использованием информационно-коммуникационных средств и историко-культурных особенностей региона для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	На достаточно хорошем уровне знает Формы и методы деловых мероприятий и обслуживания, разработки маркетинговых концепций предприятий туристической и реализации их с использованием информационно-коммуникационных средств и историко-культурных особенностей региона для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	На высоком уровне знает Формы и методы деловых мероприятий и обслуживания, разработки маркетинговых концепций предприятий туристической и реализации их с использованием информационно-коммуникационных средств и историко-культурных особенностей региона для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.
	Уметь: разрабатывать и обосновывать маркетинговые концепции предприятий	Не обладает умениями разрабатывать и обосновывать маркетинговые концепции	Частично обладает умениями разрабатывать и обосновывать маркетинговые	На достаточно хорошем уровне умеет разрабатывать и обосновывать маркетинговые	На высоком уровне умеет разрабатывать и обосновывать маркетинговые

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
	туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристских услуг и обслуживания для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	предприятий туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристских услуг и обслуживания для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	концепции предприятий туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристских услуг и обслуживания для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	концепции предприятий туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристских услуг и обслуживания для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	концепции предприятий туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристских услуг и обслуживания для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.
	Владеть: навыками разработки и обоснования маркетинговой концепции предприятий туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристских услуг и организации обслуживания для обеспечения конкурентоспособности предприятий	Не владеет навыками разработки и обоснования маркетинговой концепции предприятий туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристских услуг и организации обслуживания для	Не в полной мере владеет навыками разработки и обоснования маркетинговой концепции предприятий туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристских услуг и организации	На достаточно хорошем уровне владеет навыками разработки и обоснования маркетинговой концепции предприятий туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристских услуг и	Владеет на высоком уровне навыками разработки и обоснования маркетинговой концепции предприятий туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникативных технологий и историко-культурных особенностей региона, деловых мероприятий туристских

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
	сферы туризма.	обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	обслуживания для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	организации обслуживания для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.	услуг и организации обслуживания для обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы туризма.
ИД-2 ПК-6 Разрабатывать стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей региона (3 этап)	Знать способы и методы деловых мероприятий туристских услуг и в туриндустрии, разработки стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона	Не знает способы и методы деловых мероприятий туристских услуг и в туриндустрии, разработки стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона	Частично знает способы и методы деловых мероприятий туристских услуг и в туриндустрии, разработки стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона	На достаточно хорошем уровне знает способы и методы деловых мероприятий туристских услуг и в туриндустрии, разработки стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона	На высоком уровне знает способы и методы деловых мероприятий туристских услуг и в туриндустрии, разработки стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона
	Уметь: разрабатывать деловые мероприятия туристских услуг в туриндустрии, стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей региона	Не обладает умениями разрабатывать деловые мероприятия туристских услуг в туриндустрии, стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных	Частично обладает умениями разрабатывать деловые мероприятия туристских услуг в туриндустрии, стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных	На достаточно хорошем уровне умеет разрабатывать деловые мероприятия туристских услуг в туриндустрии, стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных	На высоком уровне умеет разрабатывать деловые мероприятия туристских услуг в туриндустрии, стратегический план реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
		особенностей региона	особенностей региона	особенностей региона	региона
	Владеть: навыками разработки деловых мероприятий туристских услуг в туриндустрии, стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко- культурных особенностей региона	Не владеет навыками разработки деловых мероприятий туристских услуг в туриндустрии, стратегическог о плана реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко- культурных особенностей региона	Не в полной мере владеет навыками разработки деловых мероприятий туристских услуг в туриндустрии, стратегическог о плана реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко- культурных особенностей региона	На достаточно хорошем уровне владеет навыками разработки деловых мероприятий туристских услуг в туриндустрии, стратегическог о плана реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко- культурных особенностей региона	Владеет на высоком уровне навыками разработки деловых мероприятий туристских услуг в туриндустрии, стратегическог о плана реализации маркетинговой концепции предприятий сферы туризма с учетом историко- культурных особенностей региона
ИД-3 ПК-6 Использовать современные информационн о- коммуникацион ные средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма. (3 этап)	Знать: формы и методы деловых мероприятий в туриндустрии с использованием современных информационно- коммуникационн ых средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко- культурных особенностей региона	Не знает формы и методы деловых мероприятий в туриндустрии с использование м современных информационн о- коммуникацион ных средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко- культурных особенностей региона	Частично знает формы и методы деловых мероприятий в туриндустрии с использование м современных информационн о- коммуникацион ных средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко- культурных особенностей региона	На достаточно хорошем уровне знает формы и методы деловых мероприятий в туриндустрии с использование м современных информационн о- коммуникацион ных средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко- культурных особенностей	На высоком уровне знает формы и методы деловых мероприятий в туриндустрии с использование м современных информационн о- коммуникацио нных средства для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко- культурных особенностей

Компетенция, этапы освоения компетенции	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		не зачтено	зачтено	зачтено	зачтено
				региона	региона
	Уметь: разрабатывать деловые мероприятия в туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникационных средств для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей региона.	Не обладает умениями разрабатывать деловые мероприятия в туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникационных средств для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей региона.	Частично обладает умениями разрабатывать деловые мероприятия в туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникационных средств для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей региона.	На достаточно хорошем уровне умеет разрабатывать деловые мероприятия в туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникационных средств для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей региона.	На высоком уровне умеет осуществлять разрабатывать деловые мероприятия в туриндустрии с использованием современных информационно-коммуникационных средств для реализации маркетинговых концепций предприятий сферы туризма с учетом историко-культурных особенностей региона.
	Владеть: навыками разработки технологии и организации деловых мероприятий туристских услуг и обслуживания в туриндустрии, стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона в сфере туризма.	Не владеет навыками разработки технологии и организации деловых мероприятий туристских услуг и обслуживания в туриндустрии, стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона в сфере туризма.	Не в полной мере владеет навыками разработки технологии и организации деловых мероприятий туристских услуг и обслуживания в туриндустрии, стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона в сфере туризма.	На достаточно хорошем уровне владеет навыками разработки технологии и организации деловых мероприятий туристских услуг и обслуживания в туриндустрии, стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона в сфере туризма.	Владеет на высоком уровне навыками разработки технологии и организации деловых мероприятий туристских услуг и обслуживания в туриндустрии, стратегического плана реализации маркетинговой концепции предприятий с учетом историко-культурных особенностей региона в сфере туризма.

Для допуска к зачету, которым заканчивается изучение дисциплины, студент должен набрать в ходе текущего и промежуточного контроля не менее **40** баллов. Если эта сумма меньше **30** баллов, то студент не допускается к зачету. Если эта сумма больше или равна **30**, то путем дополнительного опроса (собеседование, контрольная работа, тест, реферат) эта сумма может быть повышена до **40** баллов.

. На зачете студент может получить **20 – 40** баллов. Максимальный балл при каждой повторной пересдаче уменьшается на **10** баллов. Если ответы студента оцениваются суммой баллов менее **20**, то студенту выставляется **0** баллов.

Если по итогам рейтинга студент набирает **40-48** баллов, то он допускается к сдаче зачета и остальные **20-40** баллов он получает на зачете.

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Шкала оценивания	Критерии оценивания
Высокий уровень (зачтено)	85-100	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень (зачтено)	70-84	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень (зачтено)	60-69	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень (не зачтено)	0-59	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих индикаторы достижения компетенции ИД-1пк-5; ИД-2пк-5; ИД-3 пк-5; ИД-1 пк-6; ИД-2 пк-6; ИД-3пк-6 в процессе освоения ОПОП

7.3.1. Тесты для текущего и промежуточного контроля обучающихся

Тема 1. Коммуникации в организации

1. Деловая коммуникация как специфический обмен информацией является процессом передачи содержания

- 1) интеллектуального и делового
 - 2) эмоционального и культурного
 - 3) эмоционального и интеллектуального
 - 4) рационального и делового
2. Общение людей осуществляется с помощью коммуникаций
- 1) вербальных и устных
 - 2) вербальных и невербальных
 - 3) письменных и невербальных
 - 4) устных и невербальных
3. Вербальные коммуникации осуществляются с помощью сообщений
- 1) устных и письменных
 - 2) слов и жестов
 - 3) жестов и мимики
 - 4) устных и бессловесных
4. Невербальные коммуникации осуществляются посредством языка
- 1) языка тела и слов
 - 2) языка телодвижений и письменной речи
 - 3) устной речи и ее параметров
 - 4) языка телодвижений и диапазонов речи
5. Коммуникации в организации важны
- 1) только для систем управления
 - 2) для управленческих и производственных систем
 - 3) для всей организации в целом
 - 4) только для отдельных структур организации
6. Основатель менеджмента А. Файоль выделял составляющие организации:
- 1) материальную и социальную
 - 2) управленческую и производственную
 - 3) производственную и транспортную
 - 4) транспортную и финансовую
7. Части организации, выполняющие в ней определенные функции, называются ее
- 1) элементами
 - 2) подсистемами
 - 3) частями
 - 4) структурами
8. Организационная система, влияющая на свое окружение и испытывающая влияние со стороны других систем, называется
- 1) закрытой
 - 2) активной
 - 3) открытой
 - 4) пассивной
9. Вариативность факторов, на которые реагирует организация, называется
- 1) подвижность среды
 - 2) неопределенность среды
 - 3) статичность среды
 - 4) сложность среды

10. Скорость, с которой происходят изменения во внешней среде организации, называется

- 1) подвижность среды
- 2) неопределенность среды
- 3) статичность среды
- 4) сложность среды

Тема 2. Организационные коммуникации, структура и механизмы профессионального и делового общения на предприятиях сферы туризма

1. Выделяют три параметра, характеризующих особенности организационных структур:

- 1) степень формализации, сложность, степень централизации
- 2) степень сложности, формализм, степень централизации
- 3) степень формализации, централизм, степень сложности
- 4) степень формализма, сложность, степень централизма

2. Формальным каналом передачи информации в организации является

- 1) организационная структура
- 2) профессиональная структура
- 3) неформальная структура
- 4) социально-демографическая структура

3. На разделении труда основана

- 1) организационная структура
- 2) профессиональная структура
- 3) неформальная структура
- 4) социально-демографическая структура

4. На личных контактах работников организации основана

- 1) организационная структура
- 2) профессиональная структура
- 3) неформальная структура
- 4) социально-демографическая структура

5. Однородность организации по признакам пола, возраста, уровня образования работников называется

- 1) гетерогенность
- 2) гомогенность
- 3) структурированность
- 4) определенность

6. Американские ученые, изучая варианты коммуникативных моделей в организации, выделяли ряд типов коммуникаторов, из которых контроль прохождения информации к другим работникам осуществляет

- 1) пограничник
- 2) связной
- 3) сторож
- 4) лидер мнений

7. Американские ученые, изучая варианты коммуникативных моделей в организации, выделяли ряд типов коммуникаторов, из которых влияние на мнение других работников оказывает

- 1) пограничник

2) связной

3) сторож

4) лидер мнений

8. Американские ученые, изучая варианты коммуникативных моделей в организации, выделяли ряд типов коммуникаторов, из которых связующим звеном между работниками является

1) пограничник

2) связной

3) сторож

4) лидер мнений

9. Американские ученые, изучая варианты коммуникативных моделей в организации, выделяли ряд типов коммуникаторов, из которых наиболее высокую степень связи с внешней средой имеет

1) пограничник

2) связной

3) сторож

4) лидер мнений

10. Внутрикоммуникативные сети, различающиеся порядком прохождения деловой коммуникации, делятся на

1) абсолютные и относительные

2) прямые и косвенные

3) внешние и внутренние

4) централизованные и децентрализованные

Тема 3. Работник хозяйствующей организации сферы туризма как субъект профессионального и делового общения

1. По субъектам взаимодействия в организации выделяются направления коммуникации

1) вертикальные и линейные

2) горизонтальные и восходящие

3) вертикальные и горизонтальные

4) активные и нисходящие

2. Среди вертикальных коммуникаций различают

1) восходящие и деструктивные

2) восходящие и нисходящие

3) нисходящие и конструктивные

4) восходящие и конструктивные

3. Наиболее важными целями интерактивных коммуникаций являются (укажите лишнее):

1) постановка задачи

2) координация заданий

3) обмен информацией

4) разрешение конфликта

4. Ситуация, при которой у получателя информации не возникает дополнительных вопросов, характеризуется такой чертой эффективной обратной связи, как

1) описательность

2) конструктивность

3) своевременность

- 4) конкретность
5. Ситуация, при которой коммуникаторы хорошо понимают друг друга, характеризуется как
 - 1) своевременность
 - 2) готовность
 - 3) достоверность
 - 4) ясность
6. По направленности выделяют такие коммуникативные связи, как
 - 1) нисходящие, восходящие и интерактивные
 - 2) нисходящие, интерактивные и горизонтальные
 - 3) интерактивные, горизонтальные и восходящие
 - 4) активные, интерактивные и пассивные
7. Руководитель пришел к подчиненным и сообщил о режиме работы в предстоящие предпраздничные дни. Это пример коммуникации
 - 1) горизонтальной
 - 2) нисходящей
 - 3) восходящей
 - 4) интерактивной
8. Бригадир доложил начальнику цеха о выполнении задания. Это пример коммуникации
 - 1) горизонтальной
 - 2) нисходящей
 - 3) восходящей
 - 4) интерактивной
9. По каналам неформальной коммуникации распространяется
 - 1) наиболее точная информация
 - 2) только неточная информация
 - 3) официальная информация
 - 4) информация в условиях недостатка официальной и точной
10. К современным коммуникационным системам относятся
 - 1) записки
 - 2) электронные послания
 - 3) личные устные сообщения
 - 4) письма

Тема 4. Мотивационно-целевая обусловленность делового общения клиентов хозяйствующих организаций сферы туризма.

1. Коммуникативный процесс – это процесс взаимодействия между различными
 - 1) субъектами коммуникации
 - 2) объектами коммуникации
 - 3) субъектами и объектами коммуникации
 - 4) объектами и предметами коммуникации
2. Коммуникативный процесс включает в себя этапы (выберите правильную последовательность)
 - 1) формирования, передачи, приема, расшифровки и использования информации

- 2) приема, передачи, формирования, расшифровки и использования информации
 - 3) расшифровки, использования, формирования, передачи и приема информации
 - 4) приема, расшифровки, использования, формирования и передачи информации
3. Для адекватного восприятия информации необходимо единство
- 1) кодирования и шифровки информации
 - 2) расшифровки и декодирования информации
 - 3) кодирования и декодирования информации
 - 4) кодирования и перекодирования информации
4. Структура речевого сообщения включает
- 1) вводную и основную части, заключение
 - 2) вступление, вводную часть и заключение
 - 3) вступление, основную и вводную части
 - 4) основную часть, конец и заключение
5. Ошибки, статусные различия, разные уровни культуры являются причинами
- 1) помех и декодирования информации
 - 2) барьеров и помех в коммуникации
 - 3) информирования и дезинформирования
 - 4) адекватности восприятия информации
6. Канал обратной связи – это средство
- 1) консервации информации
 - 2) передачи информации
 - 3) получения информации
 - 4) взаимопонимания коммуникаторов
7. Инициатор и организатор процесса коммуникации называется
- 1) коммуникатор
 - 2) реципиент
 - 3) информатор
 - 4) декодер
8. Определите, какое из технических средств коммуникации обеспечивает персонифицированное получение информации
- 1) газета
 - 2) журнал
 - 3) телефон
 - 4) телевизор
9. При каком количестве ступеней передачи информации система коммуникации остается работоспособной и не становится еще чрезмерно громоздкой?
- 1) 5-6
 - 2) 6-7
 - 3) 7-8
 - 4) 3-4
10. Определенная последовательность групп суждений, приводимых в подтверждение истинности другого суждения, называется
- 1) рассуждение

- 2) аргументация
- 3) тезис
- 4) интерпретация

Тема 7. Профессиональное общение в системе управления коллективом хозяйствующей организации сферы туризма.

1. Основные функции деловой беседы (исключите лишнее):

- 1) обмен информацией
- 2) введение в заблуждение собеседника
- 3) поддержание деловых контактов
- 4) поиск новых рабочих идей

2. В зависимости от состава участников деловые беседы делятся на (исключите лишнее)

- 1) беседа с потенциальным сотрудником
- 2) беседа руководителя с сотрудником
- 3) беседа партнеров
- 4) регламентированные беседы

3. На каком этапе делового обсуждения участники делятся информацией и взглядами, вырабатывают альтернативные решения, обсуждают достоинства и недостатки различных вариантов и т. д.?

- 1) на начальном
- 2) в середине обсуждения
- 3) в конце встречи
- 4) в процессе знакомства

4. Каких типов совещаний не бывает на фирмах?

- 1) совещания по планированию
- 2) совещания по мотивации труда
- 3) совещания по внутрифирменной организации
- 4) совещания о деятельности членов правительства

5. Какие выделяют стили ведения переговоров? Исключите лишнее.

- 1) мягкие
- 2) жесткие
- 3) среднежесткие
- 4) рациональные

6. Какие выделяют основания ведения переговоров? Исключите лишнее.

- 1) споры
- 2) общие интересы
- 3) сотрудничество
- 4) бесспорность позиций

7. Какая из последовательностей стадий ведения переговоров правильна?

- 1) анализ, планирование, дискуссия
- 2) анализ, дискуссия, знакомство
- 3) дискуссия, анализ, планирование
- 4) планирование, анализ, дискуссия

8. Пресс-конференция – это

- 1) мероприятие для сотрудников

- 2) мероприятие для СМИ
- 3) мероприятие для соратников
- 4) мероприятие для соперников
- 9. Критерием эффективности деловых переговоров является
 - 1) достижение согласия
 - 2) страх партнера
 - 3) договоренность о встрече
 - 4) вежливость партнера
- 10. К способам ведения переговоров относятся (исключите лишнее)
 - 1) приспособление
 - 2) уклонение
 - 3) борьба
 - 4) компромисс

Тема 8. Жизнедеятельность предприятия туристической индустрии как предмет профессионального общения работников

- 1. Первое официальное представление заинтересованной аудитории неизвестной или малоизвестной продукции и ее создателей называется
 - 1) представление
 - 2) презентация
 - 3) знакомство
 - 4) ознакомление
- 2. Презентацию проводит
 - 1) конферансье
 - 2) ведущий
 - 3) ведомый
 - 4) продюсер
- 3. Во время презентации рекомендуется говорить со скоростью приблизительно
 - 1) 150-200 слов в минуту
 - 2) 200-250 слов в минуту
 - 3) 250-300 слов в минуту
 - 4) 120-150 слов в минуту
- 4. Презентацию рекомендуется проводить
 - 1) в течение 1,5-2 часов после обеда
 - 2) в течение 1,5-2 часов до обеда
 - 3) в течение 2-3 часов после ужина
 - 4) совмещать с обедом
- 5. Какая часть информационного пространства, как правило, не сопровождается использованием средств визуализации?
 - 1) сцена
 - 2) стенды
 - 3) залы с товаром
 - 4) фуршетный зал
- 6. Требование к агентам запоминать заранее подготовленный текст и следовать ему во время презентации называется
 - 1) презентация по памяти
 - 2) презентация по плану
 - 3) презентация с удовлетворением потребностей
 - 4) презентация с решением проблем
- 7. Презентация, во время которой клиенту предоставляется тщательно подготовленная информация, а торговый агент следует заранее определенной общей линии поведения,

называется

- 1) презентация по памяти
- 2) презентация по плану
- 3) презентация с удовлетворением потребностей
- 4) презентация с решением проблем

8. Презентация, во время которой клиенту предоставляется возможность совместно с агентом определить потребность в товаре и сферу его применения в интересах потребителя, называется

- 1) презентация по памяти
- 2) презентация по плану
- 3) презентация с удовлетворением потребностей
- 4) презентация с решением проблем

9. Презентация, предполагающая решение определенных затруднений потребителя, называется

- 1) презентация по памяти
- 2) презентация по плану
- 3) презентация с удовлетворением потребностей
- 4) презентация с решением проблем

10. Презентация, предполагающая активное взаимодействие клиента и агента на самой ранней стадии общения, называется

- 1) комплиментарный подход
- 2) подход со ссылкой
- 3) предварительный подход
- 4) подход с вопросами

11. Искусство создания положительного имиджа о себе называется

- 1) самореклама
- 2) самопрезентация
- 3) самостоятельность
- 4) самореализация

12. Присчитывание предполагаемых результатов деятельности называется

- 1) анализ целей
- 2) анализ деятельности
- 3) анализ результатов
- 4) анализ последствий

13. Что из перечисленного может помешать установлению контакта с собеседником?

- 1) приветствие
- 2) улыбка
- 3) поиск взаимных интересов
- 4) постоянное подчеркивание собственной значимости

14. Какую реплику при вручении визитной карточки следует признать корректной?

- 1) вот моя визитка
- 2) прочтите мою визитку, там все написано
- 3) позвольте вручить вам мою визитную карточку
- 4) вот моя визитка, у Вас такой точно нет

15. На деловую встречу нужно одеваться

- 1) так, как вам удобно
- 2) чтобы выглядеть необычно
- 3) подчеркивая свою индивидуальность
- 4) соответственно содержанию разговора

16. Какой из перечисленных советов для развития уверенности в себе нельзя признать удачным?

- 1) перестаньте критиковать себя

- 2) критически относитесь к партнеру
 - 3) старайтесь быть позитивным
 - 4) перестаньте жаловаться
17. Признаком открытого к общению человека является
- 1) неуверенность в себе
 - 2) доверие к людям
 - 3) мысли только о своей выгоде
 - 4) стремление говорить в основном о себе
18. Признаком закрытого для общения человека можно считать
- 1) уверенность в себе
 - 2) позитивность
 - 3) понимание интересов других людей
 - 4) избирательность в общении
19. Деловой партнер, воспринимающий жизнь в основном положительно, характеризуется как
- 1) позитивный тип
 - 2) респектабельный тип
 - 3) оптимально настроенный тип
 - 4) радикально настроенный тип
20. Деловой человек, эффективно организующий свою деятельность, характеризуется как
- 1) позитивный тип
 - 2) респектабельный тип
 - 3) оптимально настроенный тип
 - 4) радикально настроенный тип
21. Какие виды общения выделяют? Укажите лишнее
- 1) познавательное
 - 2) убеждающее
 - 3) экспрессивное
 - 4) каузальное
22. Расширение информационного фонда партнера, передача необходимой для профессиональной деятельности информации, комментирование инновационных сведений, – все это является целью общения
- 1) познавательного
 - 2) убеждающего
 - 3) экспрессивного
 - 4) суггестивного
23. Стремление вызвать у деловых партнеров определенные чувства и сформировать ценностные ориентации и установки; убедить в правомерности тех или иных стратегий взаимодействия; сделать своим единомышленником, все это цели общения
- 1) убеждающего
 - 2) экспрессивного
 - 3) суггестивного
 - 4) ритуального
24. Опора на эмоциональную сферу партнера, использование художественно-эстетических средств воздействия на все сенсорные каналы делового партнера (аудиальный), – все это Условия организации коммуникации такого типа, как
- 1) экспрессивного
 - 2) суггестивного
 - 3) ритуального
 - 4) познавательного
25. Признаком какого типа общения является использование следующих коммуникативных форм: рамочная, торжественная, траурная речи, речь в дружеском

кругу; ритуальные акты, церемонии, обряды; праздники, посвящения, чествования; презентации и торжественные собрания?

- 1) убеждающего
- 2) экспрессивного
- 3) суггестивного
- 4) ритуального

26. Для какого типа общения характерны коммуникативные средства и технологии: разъяснение внушаемых установок; управление эмоциональным напряжением; внушение через приемы: идентификация, ссылки на авторитет, персонификация, предупреждение, угроза, шантаж, психологический террор, моббинг и другие приемы манипулирования; психологическое присоединение и интонационное стимулирование?

- 1) познавательного
- 2) убеждающего
- 3) экспрессивного
- 4) суггестивного

27. Лекции и семинары, доклады и информационно-аналитические сообщения, беседы и консультации, уроки, отчеты, а также письменные работы: рефераты, контрольные, курсовые, дипломные, проектные работы, позволяющие оценить степень освоения теории вопроса, просмотр видео- и телевизионных обучающих передач, – все эти коммуникативные формы характерны для общения

- 1) экспрессивного
- 2) суггестивного
- 3) ритуального
- 4) познавательного

28. Привлечение партнера на свою позицию, изменение личностных установок, взглядов, убеждений, переориентация целей является перечнем ожидаемых результатов общения

- 1) экспрессивного
- 2) суггестивного
- 3) убеждающего
- 4) познавательного

29. Формирование чувства патриотизма и национальной гордости; сохранения традиций, закрепление новых ритуалов является перечнем ожидаемых результатов общения

- 1) экспрессивного
- 2) суггестивного
- 3) ритуального
- 4) познавательного

30. Накануне вручения дипломов студентам экономического факультета электрик Павел Семенович полдня искал удлинитель, и только утром следующего дня, наконец, найдя его, подсоединил тройник к аппаратуре на крыльце корпуса «Е». Чем занимался электрик?

- 1) осуществлял деловую коммуникацию
- 2) определял цель ритуального общения
- 3) обеспечивал работу коммуникативных средств
- 4) ожидал результат суггестивного общения с деканом

7.3.2. Задания для подготовки к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям.

1 рейтинг – контроль

2. Туризм как сфера профессионального и делового общения.
3. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма.
4. Потребности туристской индустрии в развитии профессионального и делового общения. Характерные черты современного потребителя туруслуг.

5. Культура профессионального и делового общения в хозяйствующих организациях сферы туризма.
6. Организационные коммуникации, структура и механизмы профессионального и делового общения на предприятиях сферы туризма.
7. Виды организационных коммуникаций на предприятиях сферы туризма.
8. Структура профессионального и делового общения в хозяйствующих организациях сферы туризма.
9. Функциональная характеристика профессионального и делового общения в сфере туризма.
10. Модели переговоров как формы профессионального и делового общения в сфере туризма. Стратегия и тактика ведения переговоров в сфере туризма.
11. Работник хозяйствующей организации сферы туризма как субъект профессионального и делового общения.
12. Понятия «субъект» и «объект» профессионального и делового общения.
13. Субъектные и личностные характеристики работника хозяйствующей организации сферы туризма.
14. Функциональная готовность работников хозяйствующих организаций сферы туризма к эффективному профессиональному и деловому общению.
15. Мотивационно-целевая обусловленность делового общения клиентов хозяйствующих организаций сферы туризма.

2 рейтинг - контроль

1. Особенности познавательной сферы личности клиента и ее влияние на организацию делового общения.
2. Интеллект клиента турорганизации как фактор влияния на организацию делового общения
3. Неосознанные регуляторы поведения потребителей туруслуг в ходе делового общения.
4. Влияние на психику человека макро- и микромира.
5. Природно обусловленные базовые побудители деятельности и бессознательные регуляторы выбора целей, поведенческих реакций и принятия решений.
6. Природно обусловленные и переданные по наследству базовые побудители деятельности.
7. Бессознательные и подсознательные регуляторы выбора целей, поведенческих реакций и принятия решений.
8. Темпераментные особенности потребителей туруслуг и их влияние на деловое общение
9. Влияние гендерных, этнических, возрастных и характерологических особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения.
10. Влияние гендерных особенностей на деловое и профессиональное общение.
11. Этнические особенности и их влияние на деловое и профессиональное общение.
12. Возрастные особенности и их влияние на деловое и профессиональное общение.
13. Влияние характерологических особенностей на деловое и профессиональное общение
14. предприятием туриндустрии.
15. Влияние волевой и чувственной сфер личности клиента тур организации на осуществление делового общения.

3-ый рейтинг контроль

1. Профессиональное общение в системе управления коллективом хозяйствующей организации сферы туризма.

2. Обеспечение развития коллектива хозяйствующей организации сферы туризма как цель профессионального общения менеджера.
3. Организация воздействия средствами профессионального общения на социально-психологические механизмы развития коллективов турпредприятий и турфирм.
4. Место и роль профессионального общения в функциональной системе управленческой деятельности менеджеров турорганизации.
5. Функция целеполагания. Информационно-аналитическая функция.
6. Прогностическая функция.
7. Функция принятия решения.
8. Функция организационно-методического обеспечения. Контрольно-оценочная функция
9. Жизнедеятельность предприятия туриндустрии как предмет профессионального общения работников.
10. Миссия, цели и функциональное строение предприятий туриндустрии.
11. Корпоративная культура предприятия туристской индустрии.
12. Стратегии развития предприятий туристской сферы. Система управления

7.3.3. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию

1. Туризм как сфера профессионального и делового общения.
 2. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма.
 3. Потребности туристской индустрии в развитии профессионального и делового общения. Характерные черты современного потребителя туруслуг.
 4. Культура профессионального и делового общения в хозяйствующих организациях сферы туризма.
 5. Организационные коммуникации, структура и механизмы профессионального и делового общения на предприятиях сферы туризма.
 6. Виды организационных коммуникаций на предприятиях сферы туризма.
 7. Структура профессионального и делового общения в хозяйствующих организациях сферы туризма.
 8. Функциональная характеристика профессионального и делового общения в сфере туризма.
 9. Модели переговоров как формы профессионального и делового общения в сфере туризма. Стратегия и тактика ведения переговоров в сфере туризма.
 10. Работник хозяйствующей организации сферы туризма как субъект профессионального и делового общения.
 11. Понятия «субъект» и «объект» профессионального и делового общения.
 12. Субъектные и личностные характеристики работника хозяйствующей организации сферы туризма.
 13. Функциональная готовность работников хозяйствующих организаций сферы туризма к эффективному профессиональному и деловому общению.
 14. Мотивационно-целевая обусловленность делового общения клиентов хозяйствующих организаций сферы туризма.
 15. Влияние волевой и чувственной сфер личности клиента тур организации на осуществление делового общения.
 16. Особенности познавательной сферы личности клиента и ее влияние на организацию делового общения.
 17. Интеллект клиента турорганизации как фактор влияния на организацию делового общения
 18. Неосознанные регуляторы поведения потребителей туруслуг в ходе делового общения.

19. Влияние на психику человека макро- и микромира.
20. Природно обусловленные базовые побудители деятельности и бессознательные регуляторы выбора целей, поведенческих реакций и принятия решений.
21. Природно обусловленные и переданные по наследству базовые побудители деятельности.
22. Бессознательные и подсознательные регуляторы выбора целей, поведенческих реакций и принятия решений.
23. Темпераментные особенности потребителей туруслуг и их влияние на деловое общение
24. Влияние гендерных, этнических, возрастных и характерологических особенностей на поведение людей в ходе профессионального и делового общения.
25. Влияние гендерных особенностей на деловое и профессиональное общение.
26. Этнические особенности и их влияние на деловое и профессиональное общение.
27. Возрастные особенности и их влияние на деловое и профессиональное общение.
28. Влияние характерологических особенностей на деловое и профессиональное общение
29. Профессиональное общение в системе управления коллективом хозяйствующей организации сферы туризма.
30. Обеспечение развития коллектива хозяйствующей организации сферы туризма как цель профессионального общения менеджера.
31. Организация воздействия средствами профессионального общения на социально-психологические механизмы развития коллективов турпредприятий и турфирм.
32. Место и роль профессионального общения в функциональной системе управленческой деятельности менеджеров турорганизации.
33. Функция целеполагания. Информационно-аналитическая функция.
34. Прогностическая функция.
35. Функция принятия решения.
36. Функция организационно-методического обеспечения. Контрольно-оценочная функция
37. Жизнедеятельность предприятия туристической индустрии как предмет профессионального общения работников.
38. Миссия, цели и функциональное строение предприятий туристической индустрии.
39. Корпоративная культура предприятия туристической индустрии.
40. Стратегии развития предприятий туристической сферы. Система управления предприятием туристической индустрии.

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

Методическими материалами, определяющими процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих индикаторы достижений компетенций являются внутривузовские локальные нормативные акты: «Положение о балльно-рейтинговой системе контроля и оценки успеваемости студентов» и «Положение о промежуточной аттестации обучающихся».

График проведения рейтинговых контрольных мероприятий и даты проведения промежуточной аттестации, по курсам и семестрам, отражены в утвержденных проректором по УР календарных учебных графиках и расписаниях промежуточной аттестации по направлению подготовки, которые размещаются на информационных стендах факультетов и на сайте университета в установленные сроки.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература:

1. Власова, Т. И. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма: учебное пособие для студ. вузов, обуч. по спец. "Социально - культурный сервис и туризм" / Т. И. Власова, А. П. Шарухин, М. М. Данилова. - 2-е изд., стер. - М. : Изд. центр "Академия", 2008. - 256 с.

Дополнительная литература

2. Томашевская, К. В. Речевая коммуникация в туристской сфере: учебное пособие для студ. учреждений высшего проф. образ., обуч. по напр. "Сервис", "Туризм", "Гостиничное дело" / К. В. Томашевская, Е. А. Соколова. - М.: Издательский центр "Академия", 2012. - 240 с. Психология и педагогика высшей школы : учебник для студ. и аспирантов вузов /
3. Дусенко, С. В. Профессиональная этика и этикет : учебное пособие для студ. вузов, обуч. по напр. "Гостиничное дело" и "Туризм" / С. В. Дусенко. - 3-е изд., стер. - М.: Издательский центр "Академия", 2013. - 224 с.

Методические пособия:

4. Бесланев, Э.В. Учебно-методическое пособие к практическим занятиям по дисциплине «Технология и организация деловых мероприятий и обслуживания в туризме» для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм» всех форм обучения. Нальчик, 2020.
5. Бесланев, Э.В. Учебно-методическое пособие к самостоятельной работе по дисциплине «Технология и организация деловых мероприятий и обслуживания в туризме» для студентов направления подготовки 43.04.02 «Туризм» всех форм обучения / [Электронный ресурс]/сост. Э.В. Бесланев. – Нальчик КБГАУ, 2020. – эл. опт. диск (CD-ROM).
6. Бесланев Э.В., Тестовые задания по дисциплине «Технология и организация деловых мероприятий и обслуживания в туризме» (для итогового тестирования) [Электронный ресурс]/сост. Э.В. Бесланев. – Нальчик КБГАУ, 2020.

9. Перечень современных профессиональных баз, данных и информационных справочных систем

•ЭБС «Издательства Лань»

Коллекция «Единая профессиональная база знаний для аграрных вузов»

ООО «Издательство Лань».

Лицензионный договор № 003/2025-44ФЗ от 22.05.25 г сроком на 1 год

<http://e.lanbook.com/>

• Сетевая электронная библиотека

ООО «ЭБС ЛАНЬ»

Договор № СЭБ НВ-164 от 17.12.2019 г. – бессрочный

<http://e.lanbook.com/>

<http://seb.e.lanbook.com/>

•ЭБС «Университетская библиотека online». Базовая часть

ООО «Директ-Медиа»

Контракт № 51-04/2025 от 22.05.2025 г сроком на 1 год

<http://biblioclub.ru>

• **Научная электронная библиотека e-LIBRARY.RU (SCIENCE INDEX)**

ООО Научная электронная библиотека.

Лицензионный договор № SIO-2114/2025 от 06.05.2025 сроком на 1 год

<http://elibrary.ru>

• **Сертификат ИТС ПО САБ ИРБИС64**

ООО «Эй Ви Ди - Систем»

Договор № А-12933 от 12.04.2024 г. сроком на 1 год

• **Гарант**

ООО «Гарант-КБР» Договор № 305-2025г. от 09.01.2025 г. сроком на 1 год

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций, практических занятий), работа на которых обладает определенной спецификой.

На лекциях студенту рекомендуется внимательно слушать учебный материал, записывать основные моменты, идеи, пытаться сразу понять главные положения темы, а если что не ясно – делать соответствующие пометки. После лекции во внеурочное время целесообразно прочесть записанный материал с целью его усвоения и выяснения непонятных вопросов.

Для подготовки и выполнения практических работ студенту следует завести отдельную тетрадь. При подготовке к практическим занятиям студенту следует составить краткий ответ (1-2стр.) на контрольные вопросы к практическим работам (см. методические указания к выполнению практических работ по дисциплине «Разработка инновационного турпродукта»). Студент должен тщательно готовиться к практическим занятиям путем проработки теоретических положений по теме занятия из конспекта лекции, рекомендуемых учебников, учебных пособия, дополнительной литературы, интернет - источников.

Защита практических работ, приходящиеся на каждый промежуточный рубеж оценивается в **10 баллов** (за три точки - **30 баллов**).

Подготовка к лекциям.

Знакомство с дисциплиной происходит уже на первой лекции, где от Вас требуется не просто внимание, но и самостоятельное оформление конспекта. При работе с конспектом лекций необходимо учитывать тот фактор, что одни лекции дают ответы на конкретные вопросы темы, другие – лишь выявляют взаимосвязи между явлениями, помогая студенту понять глубинные процессы развития изучаемого предмета как в истории, так и в настоящее время.

Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное и сделано это Вами. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять на одной странице листа или оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, Вам всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса.

Результат такой работы должен проявиться в способности свободно ответить на теоретические вопросы практикума, выступать и участвовать в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильно выполнять практические задания и контрольные работы.

В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у Вас отношение к конкретной проблеме.

Подготовка к промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Наиболее важным моментом самостоятельной работы является **выполнение курсовой работы (курсового проекта)**. К каждой теме курсовой работы рекомендуется примерный перечень узловых вопросов, список необходимой литературы. Необходимо изучить литературу, рекомендуемую для выполнения курсовой работы. Чтобы полнее раскрыть тему, студенту следует выявить дополнительные источники и материалы. При

написании курсовой работы необходимо ознакомиться с публикациями по теме, опубликованными в журналах.

Необходимо изложить собственные соображения по существу излагаемых вопросов, внести свои предложения. Общие положения должны быть подкреплены и пояснены конкретными примерами. Излагаемый материал при необходимости следует проиллюстрировать таблицами, схемами, диаграммами и т.д.

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Вы можете дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и дипломных работ.

Ваша самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;
- выступления с докладами, сообщениями на семинарских занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в беседах, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;
- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время может состоять из:

- повторение лекционного материала;
- подготовки к семинарам (практическим занятиям);
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки к семинарам устных докладов (сообщений);
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- выполнения выпускных квалификационных работ и др.
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях.

-
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов, написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.

Раздел «Самостоятельная работа» информирует обучающихся, какие вопросы раздела (модуля) выносятся на самостоятельное изучение, об их учебно-методическом обеспечении (учебники, учебные пособия, методические указания, рекомендуемые страницы и т.д.). Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом вовремя, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя.

Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;
- выступления с докладами, сообщениями на практических занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в собеседованиях, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;
- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время может состоять из:

- повторение лекционного материала;
- подготовки к семинарам (практическим занятиям);
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме,
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения, представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов.

Степень усвояемости вопросов самостоятельной работы определяется при текущем и промежуточном контроле и при промежуточной аттестации.

Каждый студент очной формы обучения на первых практических занятиях получает индивидуальное задание по выполнению курсового проекта. Преподаватель на том же занятии ознакомливает студентов с методическими указаниями по их выполнению и назначает дни консультаций.

Студенты заочной формы обучения, после окончания предыдущей сессии, знакомятся с целями и задачами изучения дисциплины, с перечнем вопросов которые они должны изучать для формирования индикаторов достижения компетенции, запланированных в рабочей программе. Они получают задания на курсовую работу и объяснение как пользоваться методическими указаниями по выполнению курсовой работы, которые имеются в наличии в научной библиотеке ФГБОУ ВО Кабардино-Балкарский ГАУ.

Студенту следует тщательно готовиться к промежуточному контролю (тестированию, контрольным работам, контрольным опросам), прорабатывая конспект лекций и рекомендуемую литературу.

Подготовка к промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Дисциплина «Технологии организации деловых мероприятий» рассчитана на изучение в один семестр и заканчивается выполнением и защитой курсовой работы, и сдачей экзамена.

11.Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

11.1 Лицензионное программное обеспечение

AutoDesk AutoCad 2012 Education Product Standalone б/н

Антиплагиат.ВУЗ 5.0 Модуль поиска «Объединенная коллекция 2020» лицензионный договор № 10023 от 12.05.2025 г. сроком на 1 год

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition № лицензии 26EC-241021-134643-810-2826, договор № 651/А от 18.10.2024 г. до 31.10.2025

11.2 Интернет-ресурсы свободного доступа

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
<u>«Российское образование» - федеральный портал</u>	http://www.edu.ru/index.php
Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	http://window.edu.ru/
Сайт Ростуризма	https://www.russiatourism.ru/
Мера-Тек информационные технологии	https://www.megatec.ru/mastertour15#contacts
Профессиональный туристический портал ТурДом.	www.tourdom.ru
MAG.Travel	https://www.mag.travel/

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

№ п./п.	Вид учебной работы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Лекционные занятия	Аудитории для проведения занятий лекционного типа в соответствии с перечнем аудиторного фонда	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, ноутбук, персональный компьютер, плакаты, эскизы, проспекты и т.д.
3.	Практические занятия	Аудитории для проведения практических занятий в соответствии с перечнем аудиторного фонда	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, ноутбук, персональный компьютер, плакаты, эскизы, проспекты и т.д.
5.	Самостоятельная работа	Учебная аудитория с выходом в Интернет для организации самостоятельной работы обучающихся; читальный зал научной библиотеки	Доска аудиторная, специализированная мебель, компьютера с выходом в интернет