Автономная некоммерческая организация
высшего образования

Уральский институт фондового рынка

Кафедра менеджмента и маркетинга

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДАЖ В ТУРИЗМЕ

Рабочая программа дисциплины

для обучающихся по направлению
43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата)
направленность (профиль) программы: Туризм
по всем формам обучения

Екатеринбург
2025

УДК
ББК
Л

Шлюндт С.А. Технологии продаж в туризме: Рабочая программа дисциплины. - Екатеринбург: УИФР, 2025. - 37 с.

Рабочая программа как базовый элемент учебно-методического обеспечения по дисциплине составлена на основании ФГОС ВО и учебных планов УИФР по указанным направлениям и профилям подготовки.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры. Протокол заседания № 1 от 25 августа 2025 г.

© Уральский институт фондового рынка.
Учебное издание
Формат 60Х90/16. Гарнитура Times New Roman
Усл. п.л. _____ Изд. № _____. Тираж ____ экз.
Заказ № ___
Отпечатано в Уральском институте фондового рынка

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. Программно-методические материалы 4
1.1 Общая характеристика дисциплины 4
1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы 4
1.3 Объем дисциплины и распределение часов по темам 6
1.4 Тематический план изучения дисциплины 8
1.5 Темы занятий семинарского типа 9
Раздел 2. Самостоятельная работа студентов 10
2.1 Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся ... 10
2.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 12
Раздел 3. Учебно-методическое обеспечение дисциплины 17
Раздел 4. Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине 19
4.1 Перечень компетенций, оценивание формирования которых предусмотрено в процессе текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине 19
4.2 Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины 19
4.3 Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине: 22
4.4 Показатели и критерии оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины 32
4.5 Процедуры оценивания знаний, умений и навыков 34
4.6 Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов 35
Раздел 5. Методические рекомендациипреподавателям по организации обучения, а также материально-техническая база, необходимая для освоения дисциплины 35
5.1 Интерактивные и инновационные технологии обучения 35
5.2 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине 36
Лист регистрации изменений в рабочей программе 37

РАЗДЕЛ 1. ПРОГРАММНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

1.1 Общая характеристика дисциплины

Дисциплина «Технологии продаж в туризме» включена в образовательную программу по указанному направлению и профилю подготовки.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций*:

ПК-3 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий

ПК-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий

*Примечание: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм

Цель освоения дисциплины: сформировать у студентов систему знаний и навыков применения технологии и техник продаж в сфере туризма;

Задачи изучения дисциплины:

- знакомство с системой теоретических современных знаний о технологии продаж туристских услуг;
- изучение организации процесса продажи с разными типами клиентов;
- развитие коммуникативных качеств, обучающихся и умения позитивно взаимодействовать и добиваться решения поставленных коммерческих задач.

1.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Результатами обучения по дисциплине, соотнесенными с установленными в образовательной программе компетенциями и индикаторами достижения компетенций, являются:

Компетенция	**Индикатор достижения компетенции**	**Планируемые результаты обучения по дисциплине**
ПК-3 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий	ИДК-ПК-3 Формирует туристский продукт и организует его продажу с использованием современных информационно коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	Знать: технологические и информационно-коммуникативные технологии, применяемые при разработке и реализации туристского продукта; Уметь: применять технологии обслуживания туристов при реализации туристского продукта; Иметь навыки: использования технологических и информационно-коммуникативных технологий при разработке и реализации туристского продукта.
ПК-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий	ИДК-ПК-4 Организует процессы обслуживания потребителей с учетом нормативно-правовых актов на основе анализа рыночного спроса и потребностей туристов и других заказчиков услуг, применяя клиентоориентированные технологии туристского обслуживания.	Знать: законы и иные нормативно-правовые акты РФ в сфере туризма; Уметь: организовывать устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами; Иметь навыки: использования методов взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами.

Текущий контроль по дисциплине обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины. Он осуществляется в процессе проведения занятий. Текущий контроль реализуется в форме контрольной работы.

Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине обеспечивает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Промежуточная аттестация реализуется в форме экзамена.

Результаты освоения дисциплины достигаются за счет использования в процессе обучения активных и интерактивных методов и технологий формирования заданных компетенций у студентов.

Взаимосвязь индикаторов достижения с учебным материалом и вопросами промежуточной аттестации студентов

Индикаторы достижения компетенций	Оценочные средства для текущего контроля	№ оценочного средства для промежуточной аттестации по уровням результатов освоения дисциплины: знать (З), уметь (У), владеть навыками (Н)		
		З	**У**	**Н**
ИДК-ПК-3	Контрольная работа варианты 1-10	1-28	1-10 и 1-30	1-22
ИДК-ПК-4	Контрольная работа варианты 1-10	1-28	1-10 и 1-30	1-22

1.3 Объем дисциплины и распределение часов по темам

Объем дисциплины и виды учебной работы

Виды занятий	Формы обучения	
	Очная	Заочная
Общая трудоемкость	180	180
Контактная работа (включая текущий контроль успеваемости):	73	20
- занятия лекционного типа (Лек)	36	8
- занятия семинарского типа (Сем)	36	11
- промежуточная аттестация	1	1
Самостоятельная работа (СР)	107	160
Курсовая работа	-	-
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

Распределение часов дисциплины по темам и видам работ

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего часов	Лек	Сем	СР
Тема 1. Специфика продаж в сфере услуг (ПК-3)	30	6	6	18
Тема 2. Основные формы продаж (ПК-3)	29	6	6	17
Тема 3. Типология гостей и сервисные основы потребительского поведения (ПК-3)	30	6	6	18
Тема 4. Процесс личных продаж, основные техники работы с возражениями (ПК-4)	30	6	6	18
Тема 5. Подготовка к продажам. Презентация туристского продукта и услуг (ПК-4)	30	6	6	18
Тема 6. Особенности продаж в туристской индустрии (ПК-4)	30	6	6	18
ВСЕГО:	179	36	36	107

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Всего часов	Лек	Сем	СР
Тема 1. Специфика продаж в сфере услуг (ПК-3)	30	1	2	27
Тема 2. Основные формы продаж (ПК-3)	29	2	1	26
Тема 3. Типология гостей и сервисные основы потребительского поведения (ПК-3)	30	1	2	27
Тема 4. Процесс личных продаж, основные техники работы с возражениями (ПК-4)	30	1	2	27
Тема 5. Подготовка к продажам. Презентация туристского продукта и услуг (ПК-4)	30	2	2	26
Тема 6. Особенности продаж в туристской индустрии (ПК-4)	30	1	2	27
ВСЕГО:	179	8	11	160

1.4 Тематический план изучения дисциплины

Тема 1. Специфика продаж в сфере услуг

Современный мир торговли. Технологии продаж и специфика профессиональной деятельности. Предмет изучения технологий продаж: способы (методы, техники) взаимодействия с клиентом, которые позволяют эффективно продавать товар, услугу.

Основы технологий продажи их эволюция. Новое понимание (подход) технологии продаж в начале XIX века Джона Паттерсона.

Тема 2. Основные формы продаж

Значение уровня технологичности в продажах. Пять уровней технологичности продаж. Анализ эволюционного развития технологий продаж, начиная от самых простых форм и заканчивая сложными системами продаж товаров и услуг. Изменение роли покупателя (клиента) с точки зрения усложнения технологичности в продажах.

Законы и иные нормативно-правовые акты РФ в сфере туризма, влияющие на продажи турпродукта.

Основные методы взаимодействия с потребителями турпродукта. Устные и письменные коммуникации с потребителями, партнерами, заинтересованными сторонами.

Тема 3. Типология гостей и сервисные основы потребительского поведения

«Умение общаться с людьми – это товар, который можно купить так же, как мы покупаем чай или кофе, и за этот товар я готов заплатить больше, чем за что-либо другое» Дж. Д. Рокфеллер.

Два противоположных мотива в современном мире продаж по Альфреду Маршаллу. Оптимальный баланс в уравновешивании этих двух противоположных мотивов.

Задачи продавца, осуществляющего персональную продажу.

Тема 4. Процесс личных продаж, основные техники работы с возражениями

Персональная продажа – это ряд последовательных действий, совершаемых продавцом с целью убеждения покупателя в необходимости приобретения товара или услуг, удовлетворяющих его потребности. В процессе продажи продавцы (торговые консультанты, коммерческие агенты, менеджеры по продажам) создают дополнительную потребительскую стоимость, осуществляя качественное обслуживание клиентов и устанавливая с ними долговременные

отношения. Продажа на основе долговременных отношений. Создание лояльности клиентов.

Тема 5. Подготовка к продажам. Презентация туристского продукта и услуг

Качество обслуживания как результат субъективной оценки клиента после сравнения уровня обслуживания, которого, по его мнению, он заслуживает, с тем обслуживанием, которое он имеет.

Качество сервиса глазами клиента – это оценка процесса продажи с точки зрения способности продавца выполнять те функции, которые ожидает от него клиент. Отправная точка определения качества сервиса - ожидание клиента. Обслуживание экстра-класса клиентов. Три шага к обслуживанию экстра-класса. Принципы клиентоориентированной организации.

Тема 6. Особенности продаж в туристской индустрии

Технологии обслуживания туристов при реализации туристского продукта. Специфика в продажах туристских услуг: отличия от продажи товара. Тур и экскурсия – это услуги.

Отличия инструментов и методов в классических продажах и в туризме. Факторы, влияющие на процветание компании.

1.5 Темы занятий семинарского типа

Тема 1. Специфика продаж в сфере услуг

Основные вопросы:

1. Технологии продаж: основные понятия
2. Специфика технологии продаж в сервисе
3. Сервисный рынок услуг и его особенности

Тема 2. Основные формы продаж

Основные вопросы:

1. Причины трансформации процесса продаж
2. Эволюция продаж: взаимосвязь истории и продаж
3. Продажа в современном мире: потребительское сознание клиента
4. Продажа как непрерывный процесс
5. Уровни технологичности продаж

Тема 3. Типология гостей и сервисные основы потребительского поведения

Основные вопросы:

1. Типы клиентов и индивидуальный подход к ним

2. Особенности общения с различными типами клиентов
3. Классификация покупателей К. Юнга
5. Особенности коммуникации при персональной продаже
Решение ситуационных задач.

Тема 4. Процесс личных продаж, основные техники работы с возражениями

Основные вопросы:
1. Установление контакта
2. Сбор информации, разведка
3 Презентация коммерческого предложения
4. Работа с возражениями
5. Завершение продажи
6. Правила прохождения этапов продаж
7. Принципы продажи самому себе

Тема 5. Подготовка к продажам. Презентация туристского продукта и услуг

Основные вопросы:
1. Основные методики продаж
2. "Продающая презентация"
3. создание качественного продукта

Тема 6. Особенности продаж в туристской индустрии

Основные вопросы:
1. Особенности туристской индустрии
2. Инструменты маркетинга в туризме
3. Особенности продаж различных услуг в туризме

РАЗДЕЛ 2. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

2.1 Виды самостоятельной работы студентов и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

Виды самостоятельной работы: конспектирование первоисточников и другой учебной и научной литературы; проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе); работа в электронной библиотечной системе; работа с

тестами и вопросами для самопроверки; подготовка к зачету или экзамену.

перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся: методические указания по самостоятельной работе студентов по данной дисциплине (в библиотеке вуза); учебная и методическая литература в библиотеке и электронной библиотеке вуза; отведенное для самостоятельной работы время занятий в компьютерных классах вуза, включая работу со специализированным программным обеспечением, информационными справочными системами.

Формы самостоятельной работы студентов по темам

Разделы и темы дисциплины	Виды самостоятельной работы
Тема 1. Тема 1. Специфика продаж в сфере услуг	проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе); работа в электронной библиотечной системе; работа с материалами текущего контроля и подготовка к промежуточной аттестации
Тема 2. Основные формы продаж	проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе); работа в электронной библиотечной системе; работа с материалами текущего контроля и подготовка к промежуточной аттестации
Тема 3. Типология гостей и сервисные основы потребительского поведения	проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе); работа в электронной библиотечной системе; работа с материалами текущего контроля и подготовка к промежуточной аттестации
Тема 4. Процесс личных продаж, основные техники работы с возражениями	проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе); работа в электронной библиотечной системе; работа с материалами текущего контроля и подготовка к промежуточной аттестации
Тема 5. Подготовка к продажам. Презентация туристского продукта и услуг	проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе); работа в электронной библиотечной системе; работа с материалами текущего контроля и подготовка к промежуточной аттестации

Тема 6. Особенности продаж в туристской индустрии	проработка учебного материала (по конспектам лекций, учебной и научной литературе); работа в электронной библиотечной системе; работа с материалами текущего контроля и подготовка к промежуточной аттестации

2.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов развивает самостоятельность мышления, способствует формированию научных интересов, приобретению навыков самостоятельной работы с литературой, приобщает к научно-исследовательской деятельности, помогает освоить практику написания научных трудов, технику научной работы, работы со специализированным программным обеспечением, приемы оформления текста рукописи и т. д.

Занятия семинарского типа в значительной степени ориентируются на применение полученных во время лекции знаний, на отработку и систематизацию предметных и общеучебных способов деятельности (умений), способов оптимального поиска и переработки информации. Самостоятельные работы студентов с использованием опорных методических материалов (методические рекомендации, методические указания, тетради на печатной основе, инструкции, алгоритмические предписания в содержании информационных технологий и др.) задают ориентировочную основу учебной деятельности, позволяют оперативно корректировать их работу, оказывать индивидуальную помощь и поддержку, совершенствовать ее качество. Все это в конечном итоге позволяет на основе оперативной обратной связи повысить управляемость учебным процессом.

Подготовку к каждому занятию семинарского типа каждый студент должен начать с ознакомления с планом 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, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений студенту необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). 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 студента свободно ответить на теоретические вопросы занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура занятия семинарского типа

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на изучение каждой темы занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.

2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме занятия.

3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.

4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.

5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний студентов. Примерная продолжительность — до 15 минут.

Вторая часть — выступление студентов с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса.

Примерная продолжительность — 20-25 минут.

После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам.

Примерная продолжительность – до 15-20 минут.

Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а замет идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на занятии семинарского типа преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно).

Примерная продолжительность – 15-20 минут.

Занятие семинарского типа заканчивается подведением итогов. Студентам должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования.

Примерная продолжительность — 5 минут.

Практические советы по подготовке презентации, доклада

– готовьте отдельно: печатный текст + слайды + раздаточный материал

– слайды – визуальная подача информации, которая должна содержать минимум текста, максимум изображений, несущих смысловую нагрузку, выглядеть наглядно и просто;

– текстовое содержание презентации – устная речь или чтение, которая должна включать аргументы, факты, доказательства и эмоции;

– рекомендуемое число слайдов 17-22;

– обязательная информация для презентации: тема, фамилия и инициалы выступающего; план сообщения; краткие выводы из всего сказанного; список использованных источников;

– раздаточный материал – должен обеспечивать ту же глубину и охват, что и живое выступление: люди больше доверяют тому, что они могут унести с собой, чем исчезающим изображениям, слова и слайды забываются, а раздаточный материал остается постоянным осязаемым напоминанием; раздаточный материал важно раздавать в конце презентации; раздаточный материалы должны отличаться от слайдов, должны быть более информативными.

Доклад, согласно толковому словарю русского языка Д.Н. Ушакова: «… сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материл, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию».

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме учебного занятия. Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям вуза и быть указаны в докладе. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку умения самостоятельно обобщать материал и делать выводы в заключение, умения ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей, отработку навыков ораторства, умения проводить диспут.

Докладчики должны знать и уметь:

– сообщать новую информацию; использовать технические средства;

– хорошо ориентироваться в теме всего семинарского занятия; дискутировать и быстро отвечать на заданные вопросы;

– четко выполнять установленный регламент (не более 10 минут);

– иметь представление о композиционной структуре доклада и др.

Структура выступления

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать: название, сообщение основной идеи, современную оценку предмета изложения, краткое перечисление рассматриваемых вопросов, живую интересную форму изложения, акцентирование внимания на важных моментах, оригинальность подхода.

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части – представить достаточно данных для того, чтобы слушатели заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение – ясное, четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Виды самостоятельной работы студентов, обеспечивающие реализацию цели и решение задач данной дисциплины:

- подготовка к семинарским занятиям;
- изучение тем в рамках самостоятельной работы;
- выполнение контрольных и творческих заданий;
- подготовка и сдача зачета (и/или экзамена).

Самостоятельная работа студентов должна способствовать более глубокому усвоению изучаемой дисциплины, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на приобретение навыков применения теоретических знаний на практике.

Структура самостоятельной работы включает три основных этапа: подготовительный или ориентировочный, исполнительный и контрольно-диагностический. В рамках указанных этапов последовательно выполняются следующие учебные действия: анализ учебного задания и сроков его выполнения, поиск способов и средств его выполнения; планирование хода выполнения задания и прогнозирование возможных затруднений, проверка, оценка и самооценка полученных результатов. Структуру самостоятельной работы студенты не только должны знать, но и применять эти знания в своей деятельности.

Процесс изучения учебного предмета можно рассматривать как последовательное погружение студента в содержание изучаемого материала под "весом" собственных знаний. Однако в нем выделяются три этапа, качественно различных по своим задачам и видам выполняемых действий.

1-вый этап Рассмотрение выделенных компонентов текста учебной литературы. Задача: понять все, что бросается в глаза и легко запоминается, и разделить текст на интересное, главное и второстепенное.

На этом этапе не требуется прилагать усилия для заучивания чего-либо. Обозревается весь учебный предмет, но пропускаются не только подробности, а даже большая часть текста. Процесс изучения начинается ознакомлением со структурой учебного материала. Она анализируется на протяжении этапа все подробнее и подробнее вплоть до первого продумывания категориального аппарата.

Перелистывать материал нужно внимательно, не пропуская страниц. Полезно задерживаться на интересном, но не останавливаться надолго, не прилагать ощутимых усилий для запоминания увиденного и прочитанного, но пытаться сопоставить его с тем, что уже знакомо, и понять его смысл. Если не получилось, то, не задерживаясь, нужно идти дальше. После того как выписаны термины и определения, следует пролистать учебник еще раз и прочесть вслух, четко произнося слова, все термины и их определения. Это поможет научиться правильно произносить новые слова.

2-й этап. Беглое чтение всего учебного материала. Задача: понять все что можно понять, не углубляясь в тщательный разбор, основное внимание уделяя теоретической части материала.

На этом этапе выполняется, беглое сквозное чтение всей теоретической части учебного материала, чтобы выявить и понять основные категории, взаимосвязи между ними. Для выполнения поставленной задачи студентам рекомендуется:

Бегло два раза прочесть всю теоретическую часть. При этом читать только основной текст, при чтении нигде не задерживаться, непонятные места пропускать, не прилагать усилия для запоминания прочитанного, стараться следить только за основным смыслом, содержанием текста. Быстро прочтя все от начала до конца, студент не успеет забыть то, что было вначале, и представит себе общую картину.

После этого студент вдумчиво должен прочесть, еще один раз, отмечая на полях непонятные места трех степеней сложности.

К первой степени сложности относят материал, который можно понять при самостоятельном разборе, так как имеется достаточно информации в той же главе. Вторую степень сложности представляет материал, который тоже можно понять самостоятельно, но для этого нужно обращаться и к другим главам учебника. К третьей степени сложности относится материал, заставляющий студента обратиться к другому источнику или к преподавателю, поскольку информации, найденной в учебнике, ему оказалось мало.

3-тий этап. Медленное чтение и разбор неясных вопросов. Задача: разобраться в сложном, материале, обратить внимание на взаимосвязи между понятиями. При этом выполняются следующие действия:

Медленное чтение всего учебника и разбор непонятных вопросов первой степени сложности. При необходимости пользоваться карандашом и бумагой. Читать все, ничего не пропуская.

Медленное чтение всего учебника и разбор непонятных вопросов второй степени сложности.

Для нахождения ответов на непонятные вопросы третьей степени сложности обратиться к дополнительной литературе или к преподавателю.

Самостоятельная работа на лекции

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает интенсивную умственную деятельность студента. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим студентом.

Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции.

Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, 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 знаниями.

РАЗДЕЛ 3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

Жданова, Т. С. Технология продаж и продвижения турпродукта : учебное пособие для СПО / Т. С. Жданова, В. О. Корионова. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 100 с. — ISBN 978-5-4488-0795-4, 978-5-4497-0457-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/139966.html

Лисевич, А. В. Маркетинговые технологии в туризме : учебное пособие для СПО / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова, М. А. Джалая. — Саратов : Профобразование, 2023. — 104 с. — ISBN 978-5-4488-1658-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/134199.html

Дополнительная литература

Жданова, Т. С. Технологии продаж : учебное пособие для бакалавров / Т. С. Жданова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022. — 183 с. — ISBN 978-5-394-04607-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/137771.html

Лицензионные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины

Электронно-библиотечная система: по паролю. URL: http://www.iprbookshop.ru/ Предусмотрен режим для слабовидящих.

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (информационные технологии), используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

– Microsoft Windows (лицензионное).

– Офисный пакет программ MicrosoftOffice, включающий текстовый редактор MicrosoftWord, электронную таблицу MicrosoftExcel, программу для подготовки презентаций MicrosoftPowerPoint, браузер InternetExplorer (лицензионное).

– Информационная справочная система и база данных «КонсультантПлюс» http://www.consultant.ru/» (доступ по паролю) (отечественное производство)

– Студенческий информационно-справочный портал "Гарант-Образование" https://edu.garant.ru/ (доступ свободный) (свободно распространяемое);

– Научная электронная библиотека – база данных eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/ (доступ свободный);

Особенности учебно-методического обеспечения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Студенты с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных студентов, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала. Подбор и разработка учебных материалов для таких студентов производится с учетом того, чтобы предоставлять этот материал в различных формах так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально. Предусмотрено в случае необходимости создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей, альтернативную версию медиаконтентов, предусмотрена возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотрена доступность управления контентом с клавиатуры.

РАЗДЕЛ 4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

4.1 Перечень компетенций, оценивание формирования которых предусмотрено в процессе текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

ПК-3 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий

ПК-4 Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиенториентированных технологий

4.2 Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины

Задания по контрольной работе для текущего контроля, указания по ее выполнению.

Контрольная работа по дисциплине представляет собой две части. Первая часть предполагает теоретическое изучение вопроса, во второй части необходимо выполнить презентацию по теме.

Контрольная работа считается сданной, если Вы выполнили оба задания в рамках своего варианта. При этом ответ должен быть четким и конкретным, а также содержать актуальную информацию, обоснованное мнение, подкрепленное ссылками на литературу.

Номер варианта контрольной работы Вы выбираете в соответствии с последней цифрой Вашей зачетной книжки. Выбор варианта контрольной работы для студентов осуществляется по последней цифре номера зачетки. Цифра 0 означает 10 вариант.

Вариант 1.

1. Основные этапы продажи услуги.
2. Основные барьеры во взаимоотношениях продавца и клиента.

Вариант 2.

1. Современные требования к продавцу услуг.
2. Процесс принятия потребителем решения о покупке.

Вариант 3.

1. Условия подготовки менеджера к процессу продажи.
2. Классификация вопросов к клиенту для выяснения потребностей и скрытых мотивов.

Вариант 4.

1. Основные приемы активного слушания покупателей услуг.
2. Техники успешной презентации туристского продукта.

Вариант 5.

1. Стратегии переговоров с разными типами личности покупателей.
2. Техники обсуждения цены с покупателем.

Вариант 6.

1. Классификация «трудных клиентов» и техники работы с ними.
2. Методы завершения продажи услуги.

Вариант 7.

1. Способы фокусировки внимания покупателей.
2. Правила прохождения этапов продажи услуги.

Вариант 8.

1. Роль и место продаж в продвижении турпродуктов на рынок.
2. Технологии работы с возражениями клиентов.

Вариант 9.

1. Основные компоненты установления доверительных отношений между продавцом и клиентом.
2. Технологии трансформации характеристик турпродукта в потребительские выгоды клиента.

Вариант 10.

1. Основные типы возражений клиентов и возможные ответы на них.
2. Способы фокусировки внимания покупателя на ценностях услуги.

Критерии оценивания контрольной работы

Оценка «зачтено» выставляется, если:

- ответ в первой части полный и аргументированный,
- презентация дополняет выступление по теме, создана в качестве наглядного дополнения в соответствии с правилами создания презентаций;
- показаны всесторонние, систематизированные, глубокие знания и умение уверенно применять их на практике при решении конкретных задач, свободное и правильное обоснование принятых решений.

Оценка «не зачтено» выставляется, если:

- ответ в первой части содержит неактуальную информацию;
- презентация повторяет текст доклада по теме;
- допущены грубые ошибки в формулировках основных понятий.

4.3 Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

По компоненте компетенций «Знать»

1. Место и роль процесса продажи услуг в маркетинговой деятельности организации.
2. Основные этапы процесса услуг.
3. Правила прохождения этапов продажи.
4. Основные пункты подготовки к встрече с клиентом.
5. Причины, по которым полезно задавать вопросы клиенту.
6. Сущность техники опроса СПИН.
7. Основные приемы активного слушания продавца.
8. Техники презентации предложения услуг.
9. Типы возражений клиентов.
10. Основные психогеометрические признаки клиентов.
11. Правила поведения при обсуждении цены продукта, проблема «скидок» на рынке туризма.
12. Порядок заключения договора о реализации продукта, как заключительная стадия продажи.
13. Цепочка продаж в туристской индустрии (ТО-ТА-Т).
14. Алгоритм начала взаимодействия с туроператорами: онлайн регистрации на сайте туроператора, порядок заключения агентского договора.
15. Рекламные и нерекламные методы продвижения услуг.
16. Действия турагента при продаже услуг по оформлению виз.
17. Особенности продаж услуг для самостоятельных путешественников.
18. Особенности продаж в сфере туризма.
19. Сущность и виды сегментации рынка туризма.
20. Особенности продвижения в туризме.
21. Система работы со спонсорами в туризме.
22. Управление продажами: цель, задачи, стратегии.
23. Значение вопросов в процессе общения клиента и продавца.
24. Телефонные переговоры: основные принципы общения.
25. Принципы вопросной техники.
26. Основные характеристики рынка услуг: основные потребности и особенности клиента.
27. Способы обоснования цены на турпродукт.
28. Стратегии переговоров с разными типами клиентов.

По компоненте компетенций «Уметь»

Открытые вопросы

Номер опроса	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
1.	Прокрастинация	Склонность человека к постоянному откладыванию дел на потом, даже если они важны и требуют срочного внимания называется _____.	ПК-4
2.	Ответственность	Укажите о каком обязательстве идет речь: выполнять задачи, закрепленные за должностью, которую он занимает и отвечать за результаты своей деятельности.	ПК-4
3.	1. Принимает решение на эмоциях; 2. Принимает решение вместо подчиненных, «делая» их исполнителями	В каких случаях руководитель допускает ошибку при принятии решений? Укажите 2 случая.	ПК-4
4.	Удовлетворение потребности покупателя и при этом получение прибыли.	Укажите основную задачу продавца туристкой продукции.	ПК-4

5.	Продажа	Набор действий, которые помогают потребителю сделать выбор и совершить покупку называется _____.	ПК-4
6.	Работа с возражениями	Укажите, к какому этапу продаж относится улучшение текущего предложения в режиме реального времени, перевод возражений в возможности и преимущества.	ПК-4
7.	Завершение сделки	Укажите, к какому этапу продаж относится получение от клиента обратной связи после завершения путешествия.	ПК-4
8.	Презентация	Укажите, к какому этапу продаж относится рассказ об актуальных туристских предложениях на рынке.	ПК-4
9.	Выявление потребностей	Укажите, к какому этапу продаж относится понимание того, что интересует клиента.	ПК-4
10.	Установление контакта	Укажите, к какому этапу продаж относится расположение клиента к себе.	ПК-4

Закрытые вопросы

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
1.	в	Выберите наиболее эффективный способ продвижения нового товара: а) сравнение с доступной альтернативой; б) убеждение клиента в нестандартности решения; в) предоставление выгодных характеристик на качество и цену товара;	ПК-3

		г) отказ от продвижения нового товара.	
2.	в	Туристическое агентство, ваш конкурент, расположенный недалеко от вашего офиса, имеет возможность продавать те же пакетные туры, что и вы. Что вы предпримете, чтобы клиенты покупали туры у вас, а не у конкурента? а) будете дискредитировать конкурента; б) усилите рекламную компанию; в) придумаете удобные для клиента способы работы с вами; в) все ответы верны.	ПК-3
3.	б	На этапе выяснения потребностей контролирует ситуацию тот: а) кто больше говорит; б) кто задает больше удачных вопросов и внимательно слушает; в) кто управляет вниманием собеседника; г) кто больше слушает.	ПК-4
4.	г	Укажите ваши действия, когда клиент отказался приобрести тур: а) предложу ему выгодную скидку; б) постараюсь узнать контакты знакомых, которые собираются в отпуск; в) поскорее распрощаюсь с ним, чтобы начать работать с другим клиентом; г) выясню причины отказа от покупки.	ПК-3
5.	г	При продаже туристских продуктов необходимо: а) уметь создавать благоприятное впечатление о себе и своей компании; б) уметь переубеждать покупателя; в) знать актуальный курс валют; г) быть экспертом в туристской индустрии.	ПК-3
6.	а	Отнесите покупателей к правильной квалификационной группе. Людей, склонных к риску, готовых попробовать новинку называют а) новаторами; б) ранними последователями; в) консерваторами; г) новичками.	ПК-4

7.	в	К основным характеристикам консервативного клиента относят: а) затруднения в ситуациях выбора; б) интересует все новое; в) ничего не хочет менять; г) делает выбор легко, не задумываясь.	ПК-4
8.	в	К рекреационным потребностям человека НЕ относят: а) потребность в профилактике и лечении болезней; б) потребность в восстановлении сил; в) потребность в выживании; г) потребность в оздоровлении.	ПК-4
9.	б	К факторам, НЕ оказывающим влияние на мотивы туристов при выборе тура за пределы Российской Федерации, относят: а) возраст туристов; б) наличие автомобиля; в) состояние здоровья туристов; г) уровень дохода туристов.	ПК-4
10.	а	Нерекламным методом продвижения туристского продукта является а) личная продажа; б) прямой маркетинг; в) повышение спроса на товар; г) все варианты верны.	ПК-4
11.	г	По особенностям контактов продажи бывают: а) активные; б) простые; в) прямые; г) безличные.	ПК-3
12.	в	B2C – это сделка: а) между юридическими лицами; б) между физическими лицами; в) между юридическим и физическим лицом; г) нет правильного варианта ответа.	ПК-4
13.	в	Целеполаганием называется	ПК-4

		а) порядок подчинённости низших звеньев к высшим, организация их в структуру; б) создание условий, требующихся для выполнения проекта за нормативный период; в) процесс выбора и постановки целей, определяющий жизненную и деловую стратегию развития; г) затрудняюсь ответить.	
14.	б	Аббревиатура целей по SMART обозначает набор свойств, которыми должна обладать цель, когда вы ее формулируете: а) конкретная, измеримая, достижимая, эффективная, ограниченная во времени; б) конкретная, измеримая, достижимая, согласованная, ограниченная во времени; в) конкретная, понятная, достижимая, согласованная, ограниченная во времени; г) все варианты верны.	ПК-4
15.	в	В «Атласе новых профессии» сформулированы надпрофессиональные навыки, востребованные работодателями в недалеком будущем. Выберите вариант, не относящийся к надпрофессиональным навыкам: а) экологическое мышление; б) клиентоориентированность; в) навыки владения word, excel и т.п.; г) затрудняюсь ответить.	ПК-3
16.	а	Кривая спроса на товар отражает: а) зависимость между ценой и количеством товара, а) общую потребность в товаре; б) объемы возможного производства данного товара; г) зависимость между себестоимостью и качеством товара.	ПК-4
17.	б	Изменение доходов населения является: а) ценовым фактором спроса; б) неценовым фактором спроса; в) неценовым фактором предложения; г) ценовым фактором предложения.	ПК-4

18.	г	Если увеличение цены товара на 1% приводит к снижению объема спроса на него на 3%, то спрос является: а) псевдоэластичным; б) неэластичным; в) единично эластичным; г) эластичным.	ПК-4
19.	а	При использовании этой технологии продаж наблюдается высокая ориентация на товар, предлагаемый клиенту и низкая ориентация на потребителя: а) агрессивная; б) пассивная; в) консультативная; г) спекулятивная.	ПК-4
20.	б	Инновации – это а) деятельность, не связанная с научно-техническими разработками; б) конечный результат инновационной деятельности; в) технология повышения уровня качества продукта; г) набор приёмов и методов по достижению задач предприятия.	ПК-3
21.	в	Прогнозирование в инновационном менеджменте – это а) внедрение в серию новаций; б) комплексный план достижения цели предприятия; в) предположительность, вероятность появления каких-нибудь результатов; г) определение стратегической цели деятельности предприятия.	ПК-3
22.	б	Инновационная деятельность – это… а) деятельность, направленная на удовлетворение любых потребностей потребителей; б) деятельность по разработке, подготовке и переходу на новый продукт; в) деятельность фирмы по достижению	ПК-3

		коммерческой цели; г) нет верного ответа.	
23.	б	Специальные приемы, позволяющие разговорить и лучше понять собеседника – это а) инструменты продаж; б) техника активного слушания; в) техника пассивного слушания; г) совокупность всех указанных вариантов.	ПК-4
24.	а	Закон предложения проявляется в том, что при увеличении цены товара: а) возрастает объем предложения; б) возрастает объем спроса; в) уменьшается объем предложения; г) уменьшается объем спроса.	ПК-4
25.	в	К прямым налогам относятся: а) налог на добавленную стоимость; б) таможенные пошлины; в) налог на прибыль; г) все вышеперечисленные варианты.	ПК-4
26.	а	Основным документом, регулирующим отношения в сфере оказания услуг и предпринимательской деятельности, является а) Гражданский кодекс Российской Федерации; б) Федеральный закон «Об основах туристской деятельности»; в) Закон «О защите прав потребителей»; г) все ответы верны.	ПК-4
27.	а	Основными правовыми формами государственного регулирования экономической деятельности являются: а) принятие нормативно-правовых актов; б) принятие правовых актов индивидуального регулирования; в) принятие решения о целесообразности предпринимательской деятельности; г) все вышеперечисленные варианты.	ПК-4
28.	в	Регулирует отношения, возникающие между	ПК-4

		потребителями и изготовителями, исполнителями, продавцами при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров, работ, услуг надлежащего качества и безопасных для жизни и здоровья потребителей, получение информации о товарах, работах, услугах и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав: а) Гражданский кодекс Российской Федерации; б) Федеральный закон «Об основах туристской деятельности»; в) Закон «О защите прав потребителей»; г) Конституция РФ.	
29.	б	Определяет принципы государственной политики, направленной на установление правовых основ единого туристского рынка в РФ, и регулирует отношения, возникающие при реализации права граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий, а также определяет порядок рационального использования туристских ресурсов РФ а) Гражданский кодекс Российской Федерации; б) Федеральный закон «Об основах туристской деятельности»; в) Закон «О защите прав потребителей»; г) Конституция РФ.	ПК-4
30.	а	Какой нормативно-правовой акт закрепляет основные принципы осуществления экономической деятельности? а) Конституция РФ; б) Гражданский кодекс РФ; в) Налоговый кодекс РФ; г) ФЗ «Об основах туристской деятельности».	ПК-4

По компоненте компетенций «Владеть навыками»

1. Составьте чек-лист для процесса продажи услуги в B2B сегменте.
2. Составьте чек-лист для процесса продажи услуги в B2C сегменте.
3. Составьте чек-лист продажи по телефону.
4. Составьте чек-лист продажи через интернет.
5. Оцените уровень квалификации менеджеров по продажам в туристическом агентстве города.
6. Оцените роль и место продаж в продвижении турпродуктов на рынок в Екатеринбурге.
7. Примените основные компоненты установления доверительных отношений между продавцом и клиентом.
8. Оцените технологии трансформации характеристик турпродукта в потребительские выгоды клиента.
9. Примените различные способы обоснования цены на конкретный турпродукт.
10. Оцените способы фокусировки внимания покупателя на ценностях услуги.
11. Примените основные типы возражений клиентов и возможные ответы на них.
12. Оцените стратегии переговоров с разными типами клиентов.
13. Проведите тест из психогеометрии в продажах и интерпретируйте результаты.
14. Оцените современные требования к продавцу услуг в сфере туризма.
15. Примените классификацию вопросов к клиенту для выяснения его потребностей и скрытых мотивов.
16. Объясните преимущества менеджера по продажам, если с нужным человеком его соединяет по телефону секретарь.
17. Какие свои психологические ресурсы вы, как менеджер по продажам должны задействовать в процессе работы с возражениями?
18. Каким образом вы, как менеджер будете готовиться к процессу продажи?
19. Оцените какие направления событийного туризма наиболее популярны и продаваемы.
20. Выберите инструменты, которые нужно использовать при составлении и продаже тура для посещения спортивных мероприятий.
21. Ваши действия, как менеджера по продажам при при поступлении рекламации.
22. Какие инструменты Вы будете использовать при составлении и продаже тура для посещения концертов, выставок?

4.4 Показатели и критерии оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Текущий контроль по дисциплине обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины. Эта оценка должна учитывать результаты выполнения контрольной работы.

Критерии оценивания результатов освоения дисциплины в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации.

Система критериев оценивания, принятая в УИФР, опирается на три уровня освоения компонентов компетенций: пороговый, повышенный, продвинутый.

Компоненты компетенций	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	продвинутый
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации,	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательс

	самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач, требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	задач, требующих выбора на основе комбинации известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	ких задач, демонстрирует творческое использование умений (технологий)
Навыки	Студент демонстрирует готовность к решению ограниченного количества нетипичных задач при условии оказания ему методической помощи (например, постановка уточняющих вопросов), а также не готов решать практические задачи повышенной сложности и принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент демонстрирует готовность к самостоятельному решению ограниченного количества нетипичных задач, но испытывает трудности при решении практических задач повышенной сложности, позволяющих принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент готов решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

При проведении текущей и промежуточной аттестации по дисциплине в рамках традиционной шкалы оценивания применяются следующие критерии:

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание

5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетворительно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовлетворительно (не зачтено)	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допущение студентом принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

4.5 Процедуры оценивания знаний, умений и навыков

Процедуры оценивания знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, представлены в методических материалах вуза «Положение об организации, формах и

методах оценки качества освоения основной образовательной программы».

4.6 Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации указанных обучающихся создаются фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Такие оценочные средства создаются по мере необходимости с учетом различных нозологий. При проведении текущей и промежуточной аттестации для указанных лиц предусмотрено включение в учебный процесс различных посредников, включая тьюторов и уполномоченных по делам инвалидов. Форма проведения текущей аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости таким студентам обеспечиваются соответствующие условия проведения занятий и аттестации, в том числе предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

РАЗДЕЛ 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИПРЕПОДАВАТЕЛЯМ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ, А ТАКЖЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Интерактивные и инновационные технологии обучения

При проведении учебных занятий преподаватели обеспечивают развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей).

Выбор методов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья определяется содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки педагогов, методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

5.2 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещение для самостоятельной работы, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС организации.

Помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью (учебные столы, стулья) и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (учебная доска, компьютер, видеопроектор). Компьютерный класс с установленным программным обеспечением.

Состав помещений, оборудования и технических средств обучения, необходимых для реализации дисциплины

№	Наименование помещения	Оборудование и технические средства обучения помещения
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебные столы и стулья; Учебная доска; Компьютер демонстрационный с монитором; Проектор демонстрационный (мультимедийный); Экран проекционный; Звукоусиливающее оборудование.

2	Компьютерный класс	Компьютерные столы и стулья; Компьютер демонстрационный с монитором; Компьютеры с мониторами; Звукоусиливающее оборудование, Наушники индивидуальные.
3	Помещение для самостоятельной работы	Учебные столы и стулья; Компьютеры с монитором с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института; Проектор демонстрационный; Экран проекционный; Звукоусиливающее оборудование.

Особенности материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса с участием лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов различной нозологии, предусматриваются и реализуются по мере необходимости. Критерии и порядок создания таких условий указаны в Положении об организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в Уральском институте фондового рынка.

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

Номер протокола и дата заседания кафедры	Изменения
№ 1 от 25.08.2025	Утверждение рабочей программы в связи с введением ООП по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата)