

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Безуглая Наталия Сергеевна

Должность: зав. кафедрой социально-культурной деятельности

Дата подписания: 30.06.2023 20:52:21

Уникальный программный ключ:

09e02ba15bb0eeef7fc6346d1e1834195ee68591

Министерство культуры Российской Федерации

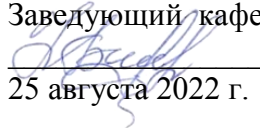
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КУЛЬТУРЫ»**

Факультет гуманитарного образования
Кафедра социально-культурной деятельности

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой СКД

 Н.С. Безуглая

25 августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ ПРОДУКТОВ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Направление подготовки **51.03.03 Социально-культурная деятельность**

Профиль – Управление в креативных индустриях

Квалификация выпускника – Бакалавр

Форма обучения – очная, заочная

**Краснодар
2022**

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплины Б1.В.07 Разработка конкурентоспособных продуктов событийного туризма студентам очной и заочной форм обучения по направлению подготовки (бакалавриат) 51.03.03 Социально-культурная деятельность в 4 семестре.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 6 декабря 2017 года, приказ № 1179 и примерных основных образовательных программ (ОПОП).

Рецензенты:

Доктор педагогических наук, профессор,
руководитель центра научно-методической
и инновационной деятельности ГБОУ ДПО
«Институт развития образования»
Краснодарского края

Н.О. Яковлева

Кандидат исторических наук,
зав. кафедрой арт-бизнеса и рекламы
Краснодарского государственного
института культуры

А.В. Кудинова

Составитель:

Дианова В.А., канд.экон.наук., доцент кафедры социально-культурной деятельности
КГИК

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры социально-культурной деятельности «25» августа 2022 г., протокол № 1.

Рабочая программа учебной дисциплины «Разработка конкурентоспособных продуктов событийного туризма» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» «26» августа 2022 г., протокол № 11.

© Дианова В.А., 2022

© ФГБОУ ВО «КГИК», 2022

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	5
4. Структура и содержание дисциплины	7
4.1. Структура дисциплины:	7
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	8
5. Образовательные технологии	19
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	20
6.1. Контроль освоения дисциплины	20
6.2. Оценочные средства	20
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины (модуля)	30
7.1. Основная литература	30
7.2. Дополнительная литература	30
7.3. Периодические издания	31
7.4. Интернет-ресурсы	31
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	32
7.6. Программное обеспечение	34
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)	34
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)	35

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Курс нацелен на формирование знаний, умений и навыков в сфере разработки туристского продукта, а также изучение особенностей его конкурентоспособности, с учетом применения матричных графических, экспертных, аналитических методов оценки конкурентоспособности продукта (товар, услуга).

Задачи:

Задачами изучения дисциплины в соответствии с требованиями к формированию ключевых компетенций бакалавров по данному направлению подготовки являются:

- показать важность и практическую значимость комплексной разработки туристского продукта (пакета), для качественного обслуживания потребителей;
- раскрыть особенности разработки событийного турпродукта: структуры, цены, каналов сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг;
- показать значение и раскрыть возможности создания новых типов туристских продуктов и услуг с использованием современных технологий туристско-рекреационного проектирования;
- обосновать роль и значение передового опыта разработки турпродукта на основе проектирования национальных и региональных туристских систем для успешного развития программ внутреннего и въездного туризма РФ.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Место дисциплины определяет содержание и процесс освоения управленческих и организационных знаний, умений и навыков, необходимых в деятельности менеджеров учреждений культуры. Дальнейшее развитие эти знания получают в производственной и преддипломной практиках, а также конкретизируются в дисциплинах профиля.

Дисциплина «Разработка конкурентоспособных продуктов событийного туризма» обеспечивает формирование совокупного ожидаемого результата образовательной работы в соответствии с компетентностной моделью выпускника по направлению подготовки 51.03.03 Социально-культурная деятельность, профилю подготовки Управление в креативных индустриях (бакалавр).

Успешное изучение дисциплины базируется на освоении теоретического и практического учебного материала по следующим дисциплинам базовой части, формирующим у обучающихся знания, умения и навыки в области социально-культурной деятельности: Менеджмент в социально-культурной сфере и

креативных индустриях, Досуговедение; Маркетинг креативных индустрий и туризма.

Данные дисциплины являются теоретической базой для профессиональной сферы в социально-культурной деятельности. Для успешного изучения дисциплины учащиеся должны обладать достаточными знаниями, умениями и навыками, приобретенными в результате освоения перечисленных выше учебных курсов.

Изучение дисциплины будет способствовать успешному усвоению следующих дисциплин: рынков и поведения потребителя; Продюсирование в креативных индустриях; Управление продажами в креативных индустриях и туризме.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты.

Наименование компетенций	Индикаторы сформированности компетенций		
	знать	уметь	владеть
ПК-3 Способен к проектированию и разработке сценарной основы, постановке и продюсированию социально-культурных программ (концертов, фестивалей, смотров, праздников и форм массовой социально-культурной деятельности), масштабных событийных культурных проектов	массовые формы СКД, технологии постановки социокультурных программ и массовых мероприятий, инновационные подходы индустрии развлечений	разрабатывать программу массовых социально-культурных мероприятий, реализовывать и продвигать массовые событийные проекты, находить ресурсы для организации и постановки мероприятий, грамотно позиционировать масштабный культурный проект в новостных источниках	навыками организации и постановки массовых социокультурных программ, мероприятий и проектов разной степени сложности, современными инструментами по разработке, продвижению и реализации мероприятий, программ, событий в культурной сфере
ПК-7 способность к созданию и реализации проектов массовых форм досуга, культурно-досуговых	массовые формы СКД, технологии постановки социокультурных программ и массовых	разрабатывать программу массовых социально-культурных мероприятий,	навыками организации и постановки массовых социокультурных

программ, созданию конкурентоспособных продуктов в креативных индустриях и туризме	мероприятий, конкурентоспособных продуктов в туризме и креативных индустриях	реализовывать и продвигать массовые событийные проекты, создавать конкурентоспособные продукты в событийном туризме	программ, мероприятий и проектов разной степени сложности, современными инструментами по разработке, продвижению и реализации мероприятий, программ, событий в культурной сфере и туризме
--	--	---	---

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часов).

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел Дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			ЛЗ	ПЗ	СР	КОНТРОЛЬ	
1	Менеджмент и маркетинг событийного туризма	6	12	12	15		Реферат, доклад, деловая игра
2	Разработка туристского продукта, формирование событийных туров	6	12	12	20		Реферат, презентация, проект
3	Конкурентоспособность товара (продукт, услуга)	6	12	12	10		Групповой или индивидуальный МСЭ-проект экзамен
	Итого		36	36	45	27	144

По заочной форме обучения

№ п/ п	Раздел Дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости Форма промежуточной аттестации
			ЛЗ	ПЗ	СР	Конс., Контроль	
1	Менеджмент и маркетинг событийного туризма	6	2	2	16	2	Реферат, доклад, деловая игра
2	Разработка туристского продукта, формирование событийных туров	6	2	2	30	4	Реферат, презентация, проект
3	Конкурентоспо- собность товара (продукт, услуга)	6	2	2	40	4	экзамен
	Итого		6	6	86	10	108

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Форм и- руем ые компе - тенци и (по теме)
1	2	3	4
4 семестр			
Раздел 1. Менеджмент и маркетинг событийного туризма			
Тема 1.1 Понятие и особенности событийного туризма.	<u>Лекции:</u> Понятие и специфика событийного туризма. Функции событийного туризма. Событийный туризм и событийный менеджмент. Возможности событийного менеджмента для развития и повышения эффективности событийного туризма. Понятие «ивент» (организованное событие) и его цели в событийном туризме.	2	ПК-3, ПК-7

	Практические занятия (семинары): Понятие и специфика событийного туризма. 1 Функции событийного туризма. 2 Событийный туризм и событийный менеджмент. 3 Понятие «ивент» (организованное событие) и его цели в событийном туризме.	2	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы	4	
Тема 1.2 Становление и развитие событийного туризма.	Лекции: Становление Событийного туризма в античном мире. Роль древнегреческих олимпиад в организации событийного туризма. Особенности событийного туризма в средние века. Средневековый событийный политический и паломнический туризм. Роль средневековых ярмарок в организации событийного туризма. Особенности событийного туризма в эпоху Возрождения. «Гранд туры» и карнавалы. Развитие событийного туризма в Новое время. Конгресс-туры и конференц-туры. Событийный туризм во время становления массового туризма XIX вв. Роль Всемирных промышленных ярмарок, съездов общественных объединений в организации событийного туризма. Развитие событийного туризма в XX вв. Роль олимпийского движения и фестивалей в организации событийного туризма в XX вв. Проблемы и перспективы развития событийного туризма в XXI в.	4	ПК-3, ПК-7
	Практические занятия (семинары): Становление событийного туризма в античном мире. 1 Особенности развития событийного туризма в средние века и эпоху Возрождения. 2 Развитие событийного туризма в Новое время. 3 Развитие событийного туризма в XX вв. 4 Проблемы и перспективы развития событийного туризма в XXI в.	4	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	Самостоятельная работа Изучение научной литературы	4	

Тема 1.3 Виды и направления событийного туризма.	Лекции: Тематическая классификация видов событийного туризма. Классификация видов событийного туризма по масштабу события. Виды событийного туризма по роли события в туристическом продукте. Классификация видов туризма по целевой аудитории события. Виды событийного туризма по конечным целям мероприятия.	2	ПК-3, ПК-7
	Практические занятия (семинары): Видовая классификация событийного туризма 1 Тематическая классификация событийного туризма 2 Классификация видов событийного туризма по масштабу, целевой аудитории и роли события в туристическом продукте.	2	
	Индивидуальные занятия: (не предусмотрено)		
	Самостоятельная работа: Изучение научной литературы	3	
Тема 1.4. Менеджмент событийного туризма.	Лекции: Особенности менеджмента событийного туризма. Национальные туристические администрации и их роль в событийном туризме. Модели национальных туристических администраций. Миссия события. Планирование событийного туризма. Основные этапы в планировании туристического события. Организация и координация событийного туризма. Основные принципы организации и проведения туристического события. Мотивация событийного туризма. Виды контроля в событийном туризме.	2	ПК-3, ПК-7
	Практические занятия (семинары): Особенности менеджмента событийного туризма. 1 Национальные туристические администрации и их роль в событийном туризме. 2 Планирование событийного туризма. 3 Организация и координация событийного туризма. 4 Мотивация событийного туризма. 5 Виды контроля в событийном туризме.	2	
	Индивидуальные занятия: (не предусмотрено)		
	Самостоятельная работа: Изучение научной литературы	2	
Тема 1.5. Маркетинг событийного туризма.	Лекции: Событийный туризм и событийный маркетинг. Взаимосвязь событийного туризма и маркетинга территорий. Европейский опыт развития	2	ПК-3, ПК-7

	внутреннего туризма посредством организации и проведения событий. Периодичность события как фактор его успеха. Проект «культурная столица» и событийный туризм. Особенности «маркетинг-микса» в событийном туризме. Основные инструменты маркетинга в рамках событийного туризма. Особенности жизненного цикла продукта в событийном туризме.		
	Практические занятия (семинары): 1 Событийный туризм и событийный маркетинг. 2 Событийный туризм и маркетинг территорий. 3 Основные инструменты маркетинга в рамках событийного туризма. 4 Особенности жизненного цикла продукта в событийном туризме.	2	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	Самостоятельная работа: Изучение научной литературы	2	
Раздел 2. Разработка туристского продукта, формирование событийных туров			
Тема 2.1. Туристский продукт в креативных индустриях	<u>Лекции:</u> Понятие туристского продукта Особенности туристского продукта	2	ПК-3, ПК-7
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Понятие туристского продукта Особенности туристского продукта	2	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы	4	
Тема 2.2. Разработка туристского продукта	<u>Лекции:</u> Потребительские свойства и качества туристского продукта Этапы разработки туристского продукта	4	ПК-3, ПК-7
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Потребительские свойства и качества туристского продукта Этапы разработки туристского продукта	4	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение научной литературы	4	
Тема 2.3 Формирование туров	<u>Лекции:</u> Создание тура. Технология разработки тура. Качество туристского продукта Формирование цены	2	ПК-3, ПК-7
	<u>Практические занятия (семинары):</u>	2	

	Создание тура. Технология разработки тура. Качество туристского продукта Формирование цены		
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы.	6	
Тема 2.4 Разработка и формирование событийного турпродукта	Лекции: Калькуляция тура. Способы организации и внедрения на рынок туристского продукта	4	ПК-3 ПК-7
	Практическая работа (семинары):Калькуляция тура	4	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы	6	
Раздел 3.Конкурентоспособность товара (продукт, услуга)			
Тема 3.1 Общая характеристика конкуренции и конкурентоспособности	<u>Лекции:</u> Понятие «Конкуренция», роль и функции конкуренции в рыночной экономике. Понятие и виды конкурентоспособности (конкурентоспособность товара, услуг, предприятия и др.). Понятие «Конкурентные преимущества» и их классификация. Понятие конъюнктуры рынка. Оценка и прогнозирование ёмкости рынка. Оценка и прогнозирование насыщенности и доли рынка. Виды конкурентных стратегий организации Идентификация и ранжирование конкурентов.	4	ПК-2
	Практическая работа (семинары):Анализ конкурентов и конкурентная разведка. Факторы определяющие интенсивность конкуренции и ее оценка. Стили и факторы поведения потребителей. Процесс принятия решения о покупке. Понятие и признаки сегментации потребительского рынка. Методы сегментации потребительского рынка.	4	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы	2	
Тема 3.2. Конкурентоспособность товара	<u>Лекции:</u> Теоретические основы конкурентоспособности товара. Товар и его виды. Конкурентоспособность товара: сущность, принципы и цели оценки. Показатели оценки конкурентоспособности товара.	4	ПК-2
	<u>Практическая работа (семинары):</u> Товар и его виды. Конкурентоспособность товара: сущность, принципы и цели оценки. Показатели оценки конкурентоспособности товара.	4	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной	2	

	литературы		
Тема 3.3 Методы оценки конкурентоспособности товара (услуга, продукт)	<u>Лекции:</u> Матричные методы оценки конкурентоспособности товара Графические методы оценки конкурентоспособности товара Экспертные методы оценки конкурентоспособности товара Аналитические методы оценки конкурентоспособности товара	4	ПК-2
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Матрица Портера. Многоугольник конкурентоспособности Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ). Модифицированная матрица БКГ. Матрица направленной политики Шелл Кемиклз Определение конкурентоспособности предприятия на основе опроса потребителей. Балльный метод оценки конкурентоспособности товара. Модель Розенберга. Интегральный показатель оценки конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности на основе уровня продаж.	4	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы	6	
Вид итогового контроля: экзамен		27	
ВСЕГО:		4 з.е.	144

По заочной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
4 семестр			
Раздел 1. Менеджмент и маркетинг событийного туризма			
Тема 1.1 Понятие и особенности событийного туризма.	<u>Лекции:</u> Понятие и специфика событийного туризма. Функции событийного туризма. Событийный туризм и событийный менеджмент. Возможности событийного менеджмента для развития и повышения эффективности событийного туризма. Понятие «ивент» (организованное	0,5	ПК-3, ПК-7

	событие) и его цели в событийном туризме.		
	Практические занятия (семинары): Понятие и специфика событийного туризма. 1 Функции событийного туризма. 2 Событийный туризм и событийный менеджмент. 3 Понятие «ивент» (организованное событие) и его цели в событийном туризме.	0,5	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы	4	
Тема 1.2 Становление и развитие событийного туризма.	Лекции: Становление Событийного туризма в античном мире. Роль древнегреческих олимпиад в организации событийного туризма. Особенности событийного туризма в средние века. Средневековый событийный политический и паломнический туризм. Роль средневековых ярмарок в организации событийного туризма. Особенности событийного туризма в эпоху Возрождения. «Гранд туры» и карнавалы. Развитие событийного туризма в Новое время. Конгресс-туры и конференц-туры. Событийный туризм во время становления массового туризма XIX вв. Роль Всемирных промышленных ярмарок, съездов общественных объединений в организации событийного туризма. Развитие событийного туризма в XX вв. Роль олимпийского движения и фестивалей в организации событийного туризма в XX вв. Проблемы и перспективы развития событийного туризма в XXI в.	0,5	ПК-3, ПК-7
	Практические занятия (семинары): Становление событийного туризма в античном мире. 5 Особенности развития событийного туризма в средние века и эпоху Возрождения. 6 Развитие событийного туризма в Новое время. 7 Развитие событийного туризма в XX вв. 8 Проблемы и перспективы развития событийного туризма в XXI в.	0,5	

Тема 1.3 Виды и направления событийного туризма.	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		ПК-3, ПК-7
	Самостоятельная работа Изучение научной литературы	4	
	Лекции: Тематическая классификация видов событийного туризма. Классификация видов событийного туризма по масштабу события. Виды событийного туризма по роли события в туристическом продукте. Классификация видов туризма по целевой аудитории события. Виды событийного туризма по конечным целям мероприятия.	0,5	
	Практические занятия (семинары): Видовая классификация событийного туризма 3 Тематическая классификация событийного туризма 4 Классификация видов событийного туризма по масштабу, целевой аудитории и роли события в туристическом продукте.	0,5	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено) Самостоятельная работа: Изучение научной литературы	2	
Тема 1.4. Менеджмент событийного туризма.	Лекции: Особенности менеджмента событийного туризма. Национальные туристические администрации и их роль в событийном туризме. Модели национальных туристических администраций. Миссия события. Планирование событийного туризма. Основные этапы в планировании туристического события. Организация и координация событийного туризма. Основные принципы организации и проведения туристического события. Мотивация событийного туризма. Виды контроля в событийном туризме.	0,25	ПК-3, ПК-7
	Практические занятия (семинары): Особенности менеджмента событийного туризма. 6 Национальные туристические администрации и их роль в событийном туризме. 7 Планирование событийного туризма. 8 Организация и координация событийного туризма. 9 Мотивация событийного туризма. 10 Виды контроля в событийном туризме.	0,25	

Тема 1.5. Маркетинг событийного туризма.	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		ПК-3, ПК-7
	Самостоятельная работа: Изучение научной литературы	2	
	<u>Лекции:</u> Событийный туризм и событийный маркетинг. Взаимосвязь событийного туризма и маркетинга территорий. Европейский опыт развития внутреннего туризма посредством организации и проведения событий. Периодичность события как фактор его успеха. Проект «культурная столица» и событийный туризм. Особенности «маркетинг-микса» в событийном туризме. Основные инструменты маркетинга в рамках событийного туризма. Особенности жизненного цикла продукта в событийном туризме.	0,25	
	Практические занятия (семинары): 5 Событийный туризм и событийный маркетинг. 6 Событийный туризм и маркетинг территорий. 7 Основные инструменты маркетинга в рамках событийного туризма. 8 Особенности жизненного цикла продукта в событийном туризме.	0,25	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	Самостоятельная работа: Изучение научной литературы	4	
	Раздел 2. Разработка туристского продукта, формирование событийных туров		
Тема 2.1. Туристский продукт в креативных индустриях	<u>Лекции:</u> Понятие туристского продукта Особенности туристского продукта	0,5	ПК-3, ПК-7
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Понятие туристского продукта Особенности туристского продукта	0,5	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы	10	
Тема 2.2. Разработка туристского продукта	<u>Лекции:</u> Потребительские свойства и качества туристского продукта Этапы разработки туристского продукта	0,5	ПК-3, ПК-7
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Потребительские свойства и качества туристского продукта	0,5	

	Этапы разработки туристского продукта		
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа</u> Изучение научной литературы	6	
Тема 2.3Формирование туров	<u>Лекции:</u> Создание тура. Технология разработки тура. Качество туристского продукта Формирование цены	0,5	ПК-3, ПК-7
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Создание тура. Технология разработки тура. Качество туристского продукта Формирование цены	0,5	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы.	6	
Тема 2.4 Разработка и формирование событийного турпродукта	Лекции: Калькуляция тура. Способы организации и внедрения на рынок туристского продукта	0,5	ПК-3, ПК-7
	Практическая работа (семинары): Калькуляция тура	0,5	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы	8	
Раздел 3.Конкурентоспособность товара (продукт, услуга)			
Тема 3.1 Общая характеристика конкуренции и конкурентоспособности	<u>Лекции:</u> Понятие «Конкуренция», роль и функции конкуренции в рыночной экономике. Понятие и виды конкурентоспособности (конкурентоспособность товара, услуг, предприятия и др.). Понятие «Конкурентные преимущества» и их классификация. Понятие конъюнктуры рынка. Оценка и прогнозирование ёмкости рынка. Оценка и прогнозирование насыщенности и доли рынка. Виды конкурентных стратегий организации Идентификация и ранжирование конкурентов.	0,5	ПК-3, ПК-7
	Практическая работа (семинары): Анализ конкурентов и конкурентная разведка. Факторы определяющие интенсивность конкуренции и ее оценка. Стили и факторы поведения потребителей. Процесс принятия решения о покупке. Понятие и признаки сегментации потребительского рынка. Методы сегментации потребительского рынка.	0,5	

	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы	8	
Тема 3.2. Конкурентоспособность товара	<u>Лекции:</u> Теоретические основы конкурентоспособности товара. Товар и его виды. Конкурентоспособность товара: сущность, принципы и цели оценки. Показатели оценки конкурентоспособности товара.	0,5	ПК-3, ПК-7
	<u>Практическая работа (семинары):</u> Товар и его виды. Конкурентоспособность товара: сущность, принципы и цели оценки. Показатели оценки конкурентоспособности товара.	0,5	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы	12	
Тема 3.3 Методы оценки конкурентоспособности товара (услуга, продукт)	<u>Лекции:</u> Матричные методы оценки конкурентоспособности товара Графические методы оценки конкурентоспособности товара Экспертные методы оценки конкурентоспособности товара Аналитические методы оценки конкурентоспособности товара	1	ПК-3, ПК-7
	<u>Практические занятия (семинары):</u> Матрица Портера. Многоугольник конкурентоспособности Матрица Бостонской консультационной группы (БКГ). Модифицированная матрица БКГ. Матрица направленной политики Шелл Кемиклз Определение конкурентоспособности предприятия на основе опроса потребителей. Балльный метод оценки конкурентоспособности товара. Модель Розенберга. Интегральный показатель оценки конкурентоспособности товара. Оценка конкурентоспособности на основе уровня продаж.	1	
	<u>Индивидуальные занятия:</u> (не предусмотрено)		
	<u>Самостоятельная работа:</u> Изучение научной литературы	20	
Вид итогового контроля: экзамен		10	
ВСЕГО:		3 з.е.	108

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

–лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-анализ ситуаций;

–практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, дискуссии, коллоквиумы, анализ статей и анализ проблемных ситуаций, доклады, сообщения;

–самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время, индивидуальная самостоятельная работа студента под руководством преподавателя.

6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1. Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

1. Семинарско-практические занятия по всем темам курса.
2. Коллоквиум.
3. Анализ реальной ситуации.
4. Деловая игра.
5. Дискуссия.
6. Проектная деятельность.

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- устные ответы,
- письменные работы,
- практические работы;
- выполнения самостоятельной работы студентов: работа с первоисточниками.

Промежуточный контроль по результатам семестра по дисциплине проходит в форме экзамена.

6.2. Оценочные средства

6.2.1. Тематика эссе и рефератов для студентов очной формы обучения

Тематика самостоятельной работы:

- 1 Ознакомление с единым Федеральным реестром туроператоров.
2. Мониторинг предложений туроператоров.
- 3 Анализ ситуаций, связанных с некачественным предоставлением услуг.
4. Изучение основ делового этикета сотрудников туристической фирмы.
- 5 Сбор и анализ информации в информационных источниках таких как каталоги, ценовые предложения.
6. Изучение и анализ основных и сопутствующих услуг.
7. Составление программ обслуживания для различных категорий туристов.
8. Выявление и анализ сведений, подлежащих указанию в таможенной декларации.
9. Сравнительной характеристики поощрения покупок Tax free и duty free.
10. Изучение сведений, содержащихся в таможенном кодексе.
11. Анализ публикаций в периодических туристских изданиях и материалах учебных пособий по вопросам эпидемиологической безопасности.
12. Изучение инструктажа по эпидемиологической безопасности туристов.
13. Сбор документов на оформление визы.
14. Оформление рабочего места менеджера турфирмы.
15. Закрепление навыков делового общения посредством деловых игр

Примерные темы рефератов:

1. Экологический туризм. Перспективы развития в Российской Федерации
2. Роль транспортной инфраструктуры в развитии индустрии туризма
3. Состояние и перспективы развития индустрии туризма в Центральной
4. России
5. Состояние и перспективы развития индустрии туризма на Юге России
6. Состояние и перспективы развития индустрии туризма в Крыму
7. Разработка инклюзив-тура инициативного туроператора
8. Разбор и анализ ситуаций, связанных некачественным предоставлением туристских услуг

Творческое задание №1

Напишите сочинение /эссе1 (не реферат2) на тему "Значение и роль разработки нового турпродукта для отдельного региона мира" или "Значение и роль разработки нового турпродукта для Кубани»; или "Значение и роль т роль разработки нового турпродукта для Крыма".

1 Эссе (франц. *essai* - очерк, этюд) - жанр философской, эстетической, литературно-критической, художественной, публицистической литературы,

сочетающей свободную форму изложения с подчеркнутой индивидуальной позицией автора; представляет общие соображения о каком - либо предмете или по какому - либо поводу.

2 Реферат (от лат.Refero - передаю, сообщаю) - краткое письменное или устное изложение содержания первоисточника (книги, статьи, доклада), литературы по теме.

Творческое задание №2

Напишите реферат на тему «Выдающиеся памятники природного и этнокультурного наследия Кубани, представляющие интерес для туристов».

Творческое задание № 3

Составьте программу тура по Кубани и Крыму для иностранных или российских туристов. Определите основные компоненты разработки нового турпродукта. Назовите основные и дополнительные услуги тура.

Творческое задание №4

Самостоятельно сформулируйте 5 условий «Будут ли называться новым турпродуктом в Краснодарском крае если.....являются туристами следующие посетители....» и дайте аргументированный ответ.

Вопросы для контрольных заданий

1. Характеристика сущности турпродукта.
2. История российского и зарубежного туризма.
3. Организация обслуживания посредством разработки нового турпродукта.
4. Роль турагента и туроператора на туристском рынке по разработке национального турпродукта.
5. Профессиональные компетенции в деятельности туроператора и турагента.
6. Факторы, влияющие на развитие проектной деятельности в сфере туристских дистингаций.
- 7.Организаионно-правовые основы и сертификационные основы разработки турпакетов.
- 8.Терминология и понятийный аппарат проектирования, прогнозирования и стратегического планирования национального продукта. 9.Классификация туризма
- 10 Органы управления туризмом.
- 11.Международные общественные организации туризма.
- 12.Функции туризма.

14. Туристские ресурсы.
15. Регулирование туризма.
16. Туристская политика.
17. Инновации в туризме.
18. Стандартизация и сертификация в туризме.
19. Турист как субъект туризма
20. Тенденции развития туризма в Краснодарском крае

Практические занятия

Тема 1.1 Понятие и особенности событийного туризма.

1. В расположенном на берегу Средиземного моря отеле «Summer Flower» большой популярностью у отдыхающих пользуется анимационная программа, рассчитанная на двенадцатидневное пребывание гостей. В программу входят профессиональные эстрадные и цирковые номера, которые исполняются на высоком художественном уровне. По отзывам в социальных сетях, анимационная программа отеля «Summer Flower» характеризуется клиентами как одна из наиболее запоминающихся и привлекательных для туристов услуг. Для части туристов яркая работа аниматоров и артистов является определяющей при выборе отеля. Можем ли мы рассматривать данную анимационную программу как пример событийного туризма? Ответ аргументируйте.

2 Как можно преобразовать анимационную программу отеля в турпродукт, связанный с событийным туризмом? Ответ аргументируйте.

3 Проанализируйте, какие предприятия, учреждения или организации в Вашем городе или регионе могли бы выступить в качестве организаторов туристического события. Ответ аргументируйте с учетом социальных и финансовых дивидендов, которые могли бы получить организаторы события.

4 Для каких общественных или неформальных объединений могут быть организованы события в Вашем городе или регионе? Ответ аргументируйте, учитывая известные Вам общественные или неформальные объединения и региональные возможности (ресурсы, уровень развития инфраструктуры) в организации и проведении события.

5 Исходя из четырех основных сфер событийного менеджмента, составьте свой рейтинг наиболее перспективных типов событий Вашего города или региона. Ответ аргументируйте.

Тема 1.2 Становление и развитие событийного туризма.

1 В XIII в. в Европе происходит становление ярмарок как особой формы торговли. Самыми известными стали ярмарки в Шампани. На этих ярмарках совершались не только торговые сделки и финансовые операции. Они сопровождались большим наплывом розничных покупателей и насыщенной

культурной жизнью. В Восточной Европе ярмарки как форма торговли просуществовали до начала XX в. Широкую известность в Беларуси имели ярмарка Святого Казимира в Вильно и Анненская ярмарка в Зельве. В настоящее время предпринимаются активные попытки их возрождения в Гродно («Казюки») и Зельве («Анненскі кірмаш»). Можем ли мы считать эти ярмарки видом событийного туризма? Ответ аргументируйте.

2 Приведите примеры исторических событий, достойных внимания туристов и историкокультурной реконструкции в Вашем родном городе или регионе. Ответ аргументируйте исходя из их известности и возможности для реконструкции.

3 Какие виды спорта могли бы стать основой для организации спортивного событийного туризма в Вашем городе или регионе? Ответ аргументируйте исходя из популярности того или иного вида спорта в стране и регионе, наличия известных спортсменов-земляков, состояния спортивной инфраструктуры и т. п.

4 Оцените потенциал региональных этнокультурных традиций и ремесел для развития фольклорных фестивалей и праздников в Вашем городе или регионе. Выделите наиболее перспективные из них с точки зрения «коммерциализации события». Ответ аргументируйте.

5 Вспомните, какие народы проживали в прошлом на территории Вашего района или области. Назовите известных людей, которые родились в Вашем городе или регионе. Исходя из этого, раскройте возможности событийного туризма в рамках организации «ностальгических туров» в Вашей области, районе и/или городе. Какие этнокультурные и социальные группы могут проявить интерес к Вашим туристическим событиям?

Тема 1.3. Виды и направления событийного туризма.

1 Приведите примеры конкретных событий для каждого из тематических видов туризма в РФ, в родном регионе и/или городе. Охарактеризуйте особенности целевой аудитории каждого события. Оцените социальный и коммерческий успех каждого события.

2 Приведите собственные примеры международных, региональных (европейских), национальных и локальных событий по критерию «масштабности» события и дайте их характеристику.

3 Проанализируйте особенности целевых аудиторий туристических событий, которые Вы рассматривали при выполнении первых двух заданий. Какие из них являются наиболее перспективными с коммерческой точки зрения? Ответ аргументируйте.

4 Проанализируйте календарь туристических событий в Вашей области или городе на прошлый или текущий год. Установите соотношение коммерческих и некоммерческих «ивентов», раскройте их целевые группы, определите наиболее и наименее привлекательные с точки зрения событийного туризма месяцы. Внесите свои обоснованные предложения по организации местных перспективных туристических событий. Аргументируйте, какие организаторы, соорганизаторы и/или спонсоры могли бы взять на себя инициативу или финансирование предложенных Вами событий или мероприятий.

Тема 1.4. Менеджмент событийного туризма.

1 Вспомните туристические события, которые ранее были предложены Вами в качестве наиболее перспективных для родного региона или города. Определите круг организаторов и соорганизаторов этих событий. Ответ аргументируйте.

2 Составьте схему подчиненности и взаимодействия местной туристической администрации Вашей области, района и/или города с учетом различных ведомств и общественных организаций. Раскройте приоритеты их деятельности и направления взаимодействия в плане развития событийного туризма.

3 Используя примерную схему организационного комитета туристического события, составьте проект организационного комитета для организации и проведения туристического события, которое Вы признали наиболее перспективным для своего региона или города. Конкретизируйте функции координаторов исходя из особенностей Вашего «ивента». Ответ аргументируйте.

4 Раскройте особенности мотивации отдельных социальных групп, которые, согласно Вашему плану, будут задействованы в туристическом событии, наиболее перспективном для Вашего региона и/или города. Объектом анализа может выступать и реальное событие, которое уже проводилось или готовится к проведению.

5 На основании доступных для Вас источников (собственные наблюдения, анализ средств массовой информации, официальная информация и статистические данные) проанализируйте социальный и коммерческий эффект событий или мероприятий, которые проводились в Вашем регионе или городе.

Тема 1.5. Маркетинг событийного туризма.

1 Определите туристические события (актуальные и потенциальные), которые могут повлиять на формирование позитивного имиджа вашего города. Ответ аргументируйте.

6.2.2. Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Понятие и специфика событийного туризма.
2. Функции событийного туризма.
3. Событийный туризм и событийный менеджмент.
4. Понятие «ивент» (организованное событие) и его цели в событийном туризме.
5. Становление событийного туризма в античном мире.
6. Особенности развития событийного туризма в средние века и эпоху Возрождения.
7. Развитие событийного туризма в Новое время.
8. Развитие событийного туризма в XX вв.
9. Проблемы и перспективы развития событийного туризма в XXI в.
10. Видовая классификация событийного туризма
11. Тематическая классификация событийного туризма
12. Классификация видов событийного туризма по масштабу, целевой аудитории и роли события в туристическом продукте.
13. Особенности менеджмента событийного туризма.
14. Национальные туристические администрации и их роль в событийном туризме.
15. Планирование событийного туризма.
16. Организация и координация событийного туризма.
17. Мотивация событийного туризма.
18. Виды контроля в событийном туризме.
19. Событийный туризм и событийный маркетинг.
20. Событийный туризм и маркетинг территорий.
21. Основные инструменты маркетинга в рамках событийного туризма.
22. Особенности жизненного цикла продукта в событийном туризме.

6.2.3. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Параметры успешного управления туристско-рекреационными проектами. Нормируемые характеристики туристской услуги.
2. Отберите факторы развития туризма, присущие Краснодарскому краю:
 - Недостаток рекреационных ресурсов
 - Стабильная политическая обстановка
 - Многообразие культурного наследия

- Достаточно развитая туристская инфраструктура
- Благоприятные климатические условия
- Значительная удаленность от центра страны
- Слабая заселенность территории

3.Разработка концепции и стратегии гостеприимства предприятия индустрии туризма (на конкретном примере).

4.Анализ функционального зонирования курорта Сочи. Проблемы и перспективы развития.

5.Анализ функционального зонирования курорта Анапа. Проблемы и перспективы развития.

6.Анализ функционального зонирования курорта Геленджик. Проблемы и перспективы развития.

7.Анализ функционального зонирования курорта Туапсе. Проблемы и перспективы развития.

8.Проблема сохранения и устойчивого развития природных рекреационных ресурсов курортной агломерации Большой Сочи.

9.Проблема сохранения и устойчивого развития природных рекреационных ресурсов высокогорных ландшафтов Красной Поляны.

10.Проблема сохранения и устойчивого развития природных рекреационных ресурсов курортной агломерации Кавказские Минеральные Воды.

11.Социально-экономические особенности развития курортной агломерации Кавказские Минеральные Воды.

12.Геополитические особенности развития туризма в республиках Северного Кавказа.

Экзаменационные билеты включают три типа заданий:

Теоретический вопрос.

Проблемный вопрос

Проблемно-ориентированное задание

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Основная литература

1. Веселова, Н.Ю. Организация туристской деятельности: учеб. пособие / Н. Ю. Веселова. - М. : Дашков и К`, 2015. - 254 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-02391-0
- 2.Веткин, В.А.

2. Технология создания массового турпродукта : учебно-методическое пособие / В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Русайнс», 2018. – 248 с.

3. Дурович, А.П. Организация туризма : учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск : РИПО, 2020. – 297 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599728> (дата обращения: 30.11.2020). – Библиогр.: с. 280. – ISBN 978-985-7234-10-3. – Текст : электронный.

4. Савкина, Р. В. Планирование на предприятии : учебник / Р. В. Савкина. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 320 с. : – Библиогр.: с. 314-315. – ISBN 978-5-394-04578-3. – Текст : электронный.

7.2. Дополнительная литература

1. Горбачев, А.А. Опыт подготовки специалистов инвалидов средствами искусства и культурно-познавательного туризма / А.А. Горбачев, Д.А. Горбачева, Г.С. Сазыка // Курорты. Сервис. Туризм. -2015. - № 3-4 (2829). - С. 18-28.

2. Щетинская Н.Б. Развитие коммуникативной компетентности студентов с ограниченными возможностями здоровья: методические рекомендации для студентов. - Краснодар: КГИК, 2016. - 28 с.

3. Менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе : учебное пособие : [16+] / И.В. Мишурова, Е.Н. Бандурина, О.В. Гудикова и др. ; под ред. И.В. Мишуровой ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Факультет Менеджмента и предпринимательства. – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. – 332 с. : табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567420> (дата обращения: 30.11.2020). – Библиогр.: с. 325-330. – ISBN 978-5-7972-2411-2. – Текст : электронный.

4. Кочетов, В. В. Экономика предприятия (Основы национальной экономики)=The basics modern economics (The basics of national economy) : учебник : в 3 частях : [16+] / В. В. Кочетов, М. А. Трянина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – Часть 2. Экономика инновационной деятельности. – 266 с. : ISBN 978-5-4499-1197-1. – DOI 10.23681/577433.

5. Киселев, А. А. Основы стратегического менеджмента и сущность стратегического планирования в организациях : учебник : [16+] / А. А. Киселев. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 336 с. : – Библиогр.: с. 3312-316. – ISBN 978-5-4499-1339-5. – DOI 10.23681/599192. – Текст : электронный.

7.3. Периодические издания

1. Журнал АСТТ. Туристические технологии.
2. Туризм. Практика, проблемы, перспективы
3. Турбизнес.
4. Курорты. Сервис. Туризм.

7.4. Интернет - ресурсы

1. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) www.russiatourism.ru
2. Национальная академия туризма www.nat-moo.ru
3. Российский союз туриндустрии www.rustourunion.ru
4. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии
www.ratanews.ru
5. Журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы»
www.tpnews.ru
6. Российская информационная сеть делового сотрудничества" -
Режим доступа: <http://www.rbcnet.ru>.
7. "Relis" - Режим доступа: <http://www.relis.ru>. В системе RELIS
представлены сведения, поставляемые информационными агентствами и
другими организациями, специализирующимися на информационном бизнесе.
Новости, финансовая и юридическая информация, товары и услуги,
недвижимость и многое другое.
8. "Информационный сервер "СИТЕК" - Режим доступа:
<http://inform.sitek.ru>. Информация предоставляется российскими
информационными фирмами и агентствами.

7.5. Методические указания и материалы по видам занятий

Методические указания для подготовки к семинарским занятиям

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

Для закрепления полученных в ходе лекций знаний и эффективной работы по формированию навыков и умений на семинарских занятиях магистры изучают теоретический материал предыдущей лекции и отвечают на поставленные вопросы для повторения по каждой теме.

Для развития умений использовать полученные знания в аналитической работе и обсуждении с целью превращения их в когнитивные компетенции на семинарских занятиях выполняются разные виды заданий, как дискуссионные, так и ограниченные рамками данных преподавателем указаний.

Формы заданий для семинарских занятий

Коллоквиум.

Коллоквиум (лат. colloquium— разговор, беседа) - это одна из форм учебных занятий в системе образования, имеющая целью выяснение и повышение знаний студентов. На коллоквиуме обсуждаются: отдельные части, разделы, темы, вопросы изучаемого курса, рефераты, проекты и другие работы обучающихся. На коллоквиуме студенты обсуждают прочитанное, происходит систематизация знаний, отдельные сведения получают концептуальное выражение. Коллоквиум может включать в себя один или несколько вопросов экзаменационного уровня. От семинара эти занятия отличаются в первую очередь тем, что во время коллоквиума в работе может участвовать значительная часть студенческой группы. Подготовка к коллоквиуму организуется таким образом, чтобы студент провел значительную самостоятельную, внеаудиторную работу.

Проводятся коллоквиумы по следующей схеме - заранее сообщается тема коллоквиума и комплекс терминов, понятий; рекомендуются необходимые для использования источники и литература. Во время коллоквиума преподаватель оценивает эффективность работы студентов по изучению поставленных перед ними проблем и решению конкретных задач.

Дискуссия.

Дискуссия (от лат. discussio— рассмотрение, исследование), публичное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы. Дискуссионные формы

занятий формируют умения и навыки в области инструментальных и социально-личностных компетенций. Вопросы для дискуссии рассматривают перечень проблем, которые можно трактовать достаточно широко вследствие отсутствия общепринятой терминологии и подходов к определению сущности определенных маркетинговых категорий, а также существования конкретной маркетинговой практики в России и за рубежом.

Анализ ситуации.

Анализ (от греч. analysis— разложение, расчленение), в общественных науках процедура мысленного расчленения предмета (явления, процесса), свойства предмета (предметов) или отношения между предметами на части (признаки, свойства, отношения); служит синонимом исследования вообще; процедурой, обратной анализу, является *синтез*, с которым анализ часто сочетается в практической или познавательной деятельности.

В данном курсе предусмотрены:

1. *анализ научной статьи* - изучение и систематизация изложенной в научной статье или научных изданиях информации, позволяющее выявлять теоретические, методические проблемы исследования определенных экономических категорий и явлений и находить эмпирические доказательства теоретическим положениям.

2. *анализ конкретной ситуации* - выполнение практикующих упражнений и расчетных заданий, сформированных на основе:

3. реальной ситуации конкретного предприятия;

4. гипотетической ситуации, приближённой к рассматриваемой реальной проблеме;

5. ситуации, описанной в СМИ или учебной литературе.

Анализ конкретной ситуации позволяет на основе изучения сложившейся ситуации выявлять практические проблемы внедрения инструментов корпоративного маркетинга, давать оценку принятым в компаниях решениям. Работа с конкретной ситуацией позволяет сформировать умения и навыки в области профессиональных аналитических компетенций и развитие способности консультирования.

Презентации.

Поскольку на семинарских занятиях необходимо представлять результаты выполненных заданий по самостоятельной работе, магистры должны уметь организовать их презентацию.

Презентации материалов выполненного задания или проекта в рамках самостоятельной работы проходят в форме устных выступлений перед аудиторией:

— сообщения;

— доклады.

Презентации материалов выполненной выполненному заданию или проекту в рамках самостоятельной работы проходят в форме устных выступлений перед аудиторией.

Сообщение представляет собой самый простой вид изложения проектного задания, не требующего специального оформления в форме демонстрационной презентации.

Доклад– развернутое изложение результатов проектного задания, полученной при выполнении самостоятельной работы. По структуре и содержанию доклад представляет собой более полный, чем сообщение, эмпирический материал, сопровождаемый демонстрационной презентацией в программе PowerPoint, либо печатных материалов или образцов товаров.

7.6. Программное обеспечение

Компьютерный сетевой (Интернет) класс с установленными операционной системой WindowsXP2007Server, пакетами MSOffice; MS office 2007 pro; Adobe CS6; Adobe Premiere Pro, Magic Samplitude, SonySoundForgePro 9,10, SonyVegasPro 10, справочно-правовые системы Консультант Плюс, Гарант, выход в сеть Интернет, мультимедийный проектор, экран, мобильный стенд.

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Студенты пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора.

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины
«Разработка конкурентоспособных продуктов событийного туризма»
на 20__-20__ уч. год**

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

- _____;
- _____;
- _____.
- _____;
- _____;
- _____.

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы на заседании кафедры _____

(наименование)
Протокол № _____ от «__» _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____ (должность)	_____ (подпись)	_____ (Ф.И.О.)	_____ (дата)
_____ (должность)	_____ (подпись)	_____ (Ф.И.О.)	_____ (дата)

Заведующий кафедрой

_____ (наименование кафедры)	_____ (подпись)	_____ (Ф.И.О.)	_____ (дата)
---------------------------------	--------------------	-------------------	-----------------