



**УТВЕРЖДЕНО:**  
**Учёным советом Высшей школы туризма  
и гостеприимства**

Протокол №4/1 от 22 октября 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ**

***Б1.В.ДВ.1.1 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИИ ЭКСКУРСИОННОГО  
БИЗНЕСА В ЭКОНОМИКЕ ВПЕЧАТЛЕНИЙ»***

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –  
программы *магистратуры*

по направлению подготовки: *43.04.02 Туризм*

направленность (профиль): *Экономика впечатлений  
в экскурсионной индустрии*

Квалификация: *магистр*  
Год начала подготовки: *2022*

**Разработчик (и):**

должность	учёная степень и звание, ФИО
профессор	д-р геогр.н., доц. <b>Афанасьев Олег Евгеньевич</b>

**Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:**

должность	учёная степень и звание, ФИО
профессор	д-р геогр.н., доц. <b>Афанасьев Олег Евгеньевич</b>



## 1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля) Б1.В.ДВ.1.1 «Организация и технологии экскурсионного бизнеса в экономике впечатлений»

Дисциплина относится к первому блоку, части, формируемой участниками образовательных отношений, элективным дисциплинам программы магистратуры направления подготовки 43.04.02 Туризм, направленности (профиля) «Экономика впечатлений в экскурсионной индустрии».

Изучение дисциплины базируется на знаниях, сформированных в процессе изучения основ менеджмента организаций в рамках курса бакалавриата.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника, которыми он должен обладать:

- УК-3 – способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели, в части индикаторов достижения компетенции УК-3.1 (планирует командную работу и формулирует ее цели, задачи); УК-3.2 (организует работу команды для достижения поставленной цели); УК-3.3 (контролирует выполнение членами команды поставленных задач, корректирует работу команды в соответствии с целью работы);
- УК-6 – способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки, в части индикаторов достижения компетенции УК-6.1 (оценивает свои ресурсы и их пределы, оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания); УК-6.2 (определяет приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям);
- ПК-2 – Способен организовывать и реализовывать процесс управления отраслью туристско-экскурсионной деятельности на различных уровнях, в части индикаторов достижения компетенции ПК-2.1 (разрабатывает мероприятия и организует процесс регулирования и управления туристско-экскурсионной отраслью на различных уровнях);
- ПК-4 – Способен научно обосновывать, проектировать, применять на практике инновационные информационные технологии при разработке экскурсионных маршрутов и услуг, проектировать комплекс впечатлений экскурсантов, в части индикаторов достижения компетенции ПК-4.1 (научно обосновывает проекты туристских и экскурсионных аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и развитием научных представлений об экономике впечатлений, ее структурных составляющих, и вызовах, которые она формирует на практике для предприятий и организаций индустрии туризма и гостеприимства. Дисциплина включает два тематических модуля. Первый модуль «Концепции бизнеса в экономике впечатлений» посвящён ознакомлению обучающихся с теоретическими положениями экономики впечатлений, предпосылками и следствиями её развития, дифференциации, особенностей и составляющий туристско-экскурсионной отрасли в ней. В процессе изучения этого раздела отрабатываются навыки и формируется способность формулировать концепцию современного туристско-экскурсионного предприятия, разрабатывать эффективную стратегию в части создания, обеспечения и развития сервисов для туристов и экскурсантов, а также персонализации предлагаемого продукта. Второй модуль «Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений» посвящён изучению практических подходов к разработке сервисной



среды и управлению ею. В этом тематическом модуле акцент делается на развитии навыков и формировании готовности обучающихся к проектированию сервисной среды предприятия туристско-экскурсионной индустрии.

Программой дисциплины предусмотрено использование активных и интерактивных форм обучения: лекции-дискуссии; заслушивания и обсуждения докладов с презентациями, деловой игры, разбора Case-study, а также самостоятельная работа обучающихся.

Общая трудоёмкость освоения дисциплины составляет 4 зачётных единицы, 144 ч., занятия лекционного типа – 8 ч., занятия семинарского типа – 6 ч., самостоятельная работа обучающихся – 124 ч., 4 ч. консультаций, 2 ч. промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой (4 семестр). Преподавание дисциплины ведётся на 2 курсе, в 3 и 4 семестрах.

Предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме коллоквиума, защиты индивидуального (группового) проекта, промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой (4 семестр).

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

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1	УК-3	способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
1.1	УК-3.1	планирует командную работу и формулирует ее цели, задачи
1.2	УК-3.2	организует работу команды для достижения поставленной цели
1.3	УК-3.3	контролирует выполнение членами команды поставленных задач, корректирует работу команды в соответствии с целью работы
2	УК-6	способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
2.1	УК-6.1	оценивает свои ресурсы и их пределы, оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания
2.2	УК-6.2	определяет приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям
3	ПК-2	Способен организовывать и реализовывать процесс управления отраслью туристско-экскурсионной деятельности на различных уровнях
3.1	ПК-2.1	разрабатывает мероприятия и организует процесс регулирования и управления туристско-экскурсионной отраслью на различных уровнях
4	ПК-4	Способен научно обосновывать, проектировать, применять на практике инновационные информационные технологии при разработке экскурсионных маршрутов и услуг, проектировать комплекс впечатлений экскурсантов
4.1	ПК-4.1	научно обосновывает проекты туристских и экскурсионных аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий



### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Изучение дисциплины базируется на знаниях и компетенциях, сформированных в процессе обучения в бакалавриате, относительно форм и технологий работы в туристско-экскурсионной сфере.

Изучение дисциплины базируется на знании концептуальных основ и методологических аспектов туристско-экскурсионной деятельности, полученных в рамках программы бакалавриата. Формирование компетенций начинается при изучении дисциплины «Современные подходы к организационно-управленческой деятельности», а также в рамках Учебной (ознакомительной) практики; заканчивается ГИА.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в исследовательской работе обучающихся и при подготовке к ГИА.

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы/ 144 акад.часов (1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры	
			3	4
<b>1</b>	<b>Контактная работа обучающихся с преподавателем</b>	<b>20</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
	в том числе:			
1.1	Занятия лекционного типа	8	2	6
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	6	–	6
	<i>Практическая подготовка</i>	2	–	2
	<i>Семинары</i>	4	–	4
	<i>Лабораторные работы</i>	–	–	–
	<i>Практические занятия</i>	–	–	–
1.3	Консультации	2	2	2
1.4	Форма промежуточной аттестации	2 зачет с оценкой	–	2 зачет с оценкой
<b>2</b>	<b>Самостоятельная работа обучающихся</b>	<b>124</b>	<b>32</b>	<b>92</b>
<b>3</b>	<b>Общая трудоемкость час з.е.</b>	<b>144</b>	<b>36</b>	<b>108</b>
		4	1	3



**5.1. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведённого на них количества академических часов и видов учебных занятий**

Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, практической подготовки, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения												
		Контактная работа обучающихся с преподавателем										Самостоятельная работа обучающихся		
		Занятия лекционного типа		Практические занятия		Семинары		Лабораторные работы		Консультации				
акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения			
<b>Семестр 1</b>														
1. Концепции бизнеса в экономике впечатлений	Теоретические положения экономики впечатлений	2	Лекция-дискуссия							2	групповая	32	Работа с литературными и Интернет-источниками	
	<b>Семестр 2</b>													
	Развитие экономики впечатлений и ее отраслевой состав					1	Case-Study, проблемное обсуждение					8	Подготовка докладов и презентаций к семинару	
	Управленческие аспекты экономики впечатлений	2	Case-лекция									8	Обработка ситуативных задач. Разбор Case-study	
	<b>КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 1</b>	Семинар «Развитие экономики впечатлений и ее отраслевой состав» (Критерии оценивания: разбор Case-Study, участие в проблемном обсуждении результатов) – max 10 баллов												
	Менеджмент и маркетинг как инструменты экономики впечатлений												6	Работа с литературными и Интернет-источниками
	Основы сервисного управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями					1	Семинар - заслушивание и обсуждения докладов с презентациями						8	Работа с литературными и Интернет-источниками
	Основные функции менеджмента в индустрии впечатлений. Построение системы менеджмента туристско-экскурсионного предприятия												8	Подготовка докладов и презентаций к семинару
	Концепция сервисной среды в современной экономике впечатлений	2	Лекция-дискуссия										8	Обработка ситуативных задач. Разбор Case-study
<b>КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 2</b>	Семинар «Основы сервисного управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями» (Критерии оценивания: участие в работе семинара, выступление с докладом и презентацией, участие в обсуждении докладов) – max 10 баллов													



Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, практической подготовки, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения											
		Контактная работа обучающихся с преподавателем										Самостоятельная работа обучающихся	
		Занятия лекционного типа		Практические занятия		Семинары		Лабораторные работы		Консультации			
		акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения
2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений	Проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений											8	Работа с литературными и Интернет-источниками
	Оценка сервисной среды в экскурсионном бизнесе	2	Лекция с мультимедийным сопровождением									6	Изучение зарубежных практик
	КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 3	Семинар в форме деловой игры на тему «Проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений» (Критерии оценивания: подготовка и участие в деловой игре, исполнение определенной роли, аргументированные суждения, правильное обоснование и аргументация роли) – max 10 баллов											
	Методика сервисного аудита. Проведение сервисного аудита предприятия экскурсионного бизнеса											8	Работа с литературными и Интернет-источниками
	Современные технологии обслуживания и проектирования сервисной среды					2	Разбор Case-Study. Семинар с обсуждением					8	Обработка ситуативных задач. Разбор Case-study
	Исследования сервисной среды на различных уровнях экономики											6	Изучение зарубежных практик
	КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 4	Семинар в форме разбора Case-Study и коллективного обсуждения на тему: «Современные технологии обслуживания и проектирования сервисной среды» (Критерии оценивания: подготовка и активное участие в семинаре, подбор и представление case-study, разбор представленной ситуации, выводы и аргументация по ситуации) – max 35 баллов											
Консультации										2	Групповая	10	Подготовка к промежуточной аттестации
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой) – 2 ч.													



**5.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий, предусматривающее наличие практической подготовки**

Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, практической подготовки, СРО	Виды учебных занятий и формы их проведения											
		Контактная работа обучающихся с преподавателем										Самостоятельная работа обучающихся	
		Занятия лекционного типа		Практические занятия		Семинары		Лабораторные работы		Консультации			
акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения	акад. час.	Форма проведения		
<b>Семестр 2</b>													
2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений	Проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений					2	Мастер-класс / профессиональный вебинар / выездное занятие на базе предприятия отрасли						



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

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

№ п/п	Тема, трудоёмкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
1	Теоретические положения экономики впечатлений	<b>Основная литература</b> Баранов А.С., Бисько И.А. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма. – М.: ИНФРА-М, 2019. URL.: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=367301">https://znanium.com/catalog/document?id=367301</a> Сервисная деятельность: Учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2019. - <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=335952">https://znanium.com/catalog/document?id=335952</a> Тюрин Д.В. Маркетинговый аудит: как его организовать и правильно провести: Учебник. М.: НИЦ Инфра-М. 2020.: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=354529">https://znanium.com/catalog/document?id=354529</a> Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учеб. пос. для вузов / Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев, Л.В. Баумгартен и др.; Под общ. ред. проф. Ю.Б. Башина - М.: Вузов. учеб.: НИЦ ИНФРА-М, 2020. URL.: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=355980">https://znanium.com/catalog/document?id=355980</a> Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства : учебное пособие для вузов / под общ. ред. проф. Ю. Б. Башина. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. —URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1039259">https://znanium.com/catalog/product/1039259</a>
	Развитие экономики впечатлений и ее отраслевой состав	
	Управленческие аспекты экономики впечатлений	
	Менеджмент и маркетинг как инструменты экономики впечатлений	
	Основы сервисного управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	
	Основные функции менеджмента в индустрии впечатлений. Построение системы менеджмента	
	Концепция сервисной среды в современной экономике впечатлений	
2	Проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений	<b>Дополнительная литература</b> Сервисная деятельность: Учебное пособие / Велединский В.Г. М.: КНОРУС, 2018. – <a href="https://www.book.ru/book/926035">https://www.book.ru/book/926035</a> Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2020. <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=357472">https://znanium.com/catalog/document?id=357472</a> Ляндау Ю.В., Стасевич Д.И. Теория процессного управления: Монография. М.: НИЦ Инфра-М.2021. Режим доступа: <a href="https://znanium.com/catalog/document?id=367389">https://znanium.com/catalog/document?id=367389</a>
Оценка сервисной среды в экскурсионном бизнесе		
Методика сервисного аудита. Проведение сервисного аудита предприятия экскурсионного бизнеса		
Современные технологии обслуживания и проектирования сервисной среды		
Исследования сервисной среды на различных уровнях экономики		
3	Подготовка к промежуточной аттестации (зачет с оценкой)	





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

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

№ п/п	Индекс компетенции и её содержание	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или её части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или её части) обучающийся должен:			
			знать	уметь	владеть	
1	<b>УК-3.</b> Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<b>УК-3.1.</b> Планирует командную работу и формулирует её цели, задачи <b>УК-3.2.</b> Организует работу команды для достижения поставленной цели <b>УК-3.3.</b> Контролирует выполнение членами команды поставленных задач, корректирует работу команды в соответствии с целью работы	1. Концепции бизнеса в экономике впечатлений	Особенности и принципы организации командной работы на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений	Организовывать и руководить работой команды туристско-экскурсионного предприятия, формировать стратегию по достижению поставленной цели развития предприятия через аккумулирование усилий командной работы	Навыками организации и руководства работой команды на предприятии туристско-экскурсионного бизнеса, толерантного управления коллективом, навыками выбора стратегии достижения поставленной цели
2	<b>УК-6.</b> Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<b>УК-6.1.</b> Оценивает свои ресурсы и их пределы, оптимально их использует для успешного выполнения порученного задания <b>УК-6.2.</b> Определяет приоритеты профессионального развития и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям	1. Концепции бизнеса в экономике впечатлений	Содержание, разновидности и сущность приоритетов собственной предпринимательской деятельности в сфере туристско-экскурсионной работы, способы ее совершенствования посредством применения аналитических механизмов самооценки	Использовать приемы аналитических механизмов самооценки собственной предпринимательской деятельности в сфере туристско-экскурсионной работы	Аналитическими приемами самооценки предпринимательской деятельности и определения её приоритетов в сфере туристско-экскурсионной работы, способами ее совершенствования
3	<b>ПК-2.</b> Способен организовывать и реализовывать процесс организации и	<b>ПК-2.1.</b> Разрабатывает мероприятия и организует процесс регулирования и управ-	2. Формирование сервисной среды в сфере экономи-	Принципы организации и реализации процесса управления бизнес-субъектом	Реализовывать процесс организации и управления предприятием в сфере	Навыками организации и реализации процесса управления сферой деятельности туристско-



№ n/n	Индекс компетенции и её содержание		Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или её части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или её части) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
	управления сферой экскурсионной деятельности на различных уровнях	ления туристско-экскурсионной отрасли на различных уровнях	ки впечатлений	туристско-экскурсионной деятельности, построения системы менеджмента отраслевого предприятия на основе механизмов экономики впечатлений	экскурсионной деятельности, применять принципы построения системы менеджмента на предприятии	экскурсионного предприятия, внедрения принципов построения системы менеджмента, поиска и принятия решений в деятельности бизнес-субъекта туристско-экскурсионной сферы
4	<b>ПК-4.</b> Способен научно обосновывать, проектировать, применять на практике инновационные информационные технологии при разработке экскурсионных маршрутов и услуг, проектировать комплекс впечатлений экскурсантов	<b>ПК-4.1.</b> Научно обосновывает проекты туристских и экскурсионных аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий		Способы и методы обоснования проектов туристских и экскурсионных аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий на основе механизмов и технологий экономики впечатлений	Реализовывать проекты туристских и экскурсионных аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий как предпринимательских инициатив, принимать решения в деятельности предприятия с учетом управленческих аспектов экономики впечатлений	Навыками обоснования и реализации проектов туристских и экскурсионных аттракций, зон, комплексов, кластеров, территорий, использования технологий предпринимательства в экскурсионной сфере



## 7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
<p>Знание особенностей и принципов проектирования сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений.</p> <p>Умение организовывать и руководить работой команды предприятия туристско-экскурсионного профиля, формировать стратегию командной работы на основе профессиональных компетенций сотрудников.</p> <p>Владение навыками организации и руководства работой команды на предприятии экскурсионного бизнеса, толерантного управления коллективом, навыками выбора стратегии достижения поставленной цели</p>	<p>Семинар в форме деловой игры (КТ-3), Семинар в форме разбора Case-Study и коллективного обсуждения (КТ-4)</p>	<p>Обучающийся демонстрирует знание и понимание особенностей и принципов проектирования сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений.</p> <p>Обучающийся демонстрирует умение организовывать и руководить работой команды предприятия туристско-экскурсионного профиля, формировать стратегию командной работы на основе профессиональных компетенций сотрудников.</p> <p>Обучающийся демонстрирует владение практическими навыками организации и руководства работой команды на предприятии экскурсионного бизнеса, толерантного управления коллективом, навыками выбора стратегии достижения поставленной цели</p>	<p>Формирование готовности и способности организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели</p>
<p>Знание понятия приоритетов собственной предпринимательской деятельности в сфере туристско-экскурсионной работы, способов ее совершенствования.</p> <p>Умение применять приемы самооценки собственной предпринимательской деятельности в сфере туристско-экскурсионной работы.</p> <p>Владение приемами самооценки собственной предпринимательской деятельности и определения её приоритетов в сфере туристско-экскурсионной работы</p>	<p>Семинар - заслушивание и обсуждения докладов с презентациями (КТ-2)</p>	<p>Обучающийся демонстрирует знание и понимание понятия приоритетов собственной предпринимательской деятельности в сфере туристско-экскурсионной работы, способов ее совершенствования.</p> <p>Обучающийся демонстрирует умение применять приемы самооценки собственной предпринимательской деятельности в сфере туристско-экскурсионной работы.</p> <p>Обучающийся демонстрирует владение практическими приемами самооценки собственной предпринимательской деятельности и определения её приоритетов в сфере туристско-экскурсионной работы.</p>	<p>Формирование готовности к проектированию сервисной среды</p>
<p>Знание принципов организации и реализации процесса управления сферой туристско-экскурсионной деятельности, построения системы менеджмента туристско-экскурсионного предприятия на основе теоретических положений экономики впечатлений.</p> <p>Умение организовывать и реализовывать процесс организации и управления сферой экскурсионной деятельности предприятия, применять принципы построения системы менеджмента, анализа, поиска и принятия решений в деятельности туристско-экскурсионного предприятия с учетом управленческих аспектов экономики впечатлений.</p> <p>Владение навыками организации и реализации процесса организации и управления сферой экскурсионной деятельности на примере туристско-экскурсионного предприятия, применения принципов построения системы менеджмента, анализа, поиска и принятия решений в деятельности туристско-экскурсионного предприятия</p>	<p>Семинар в форме Case-Study с проблемным обсуждением (КТ-1)</p>	<p>Обучающийся демонстрирует знание и понимание процесса организации и реализации процесса управления сферой туристско-экскурсионной деятельности, построения системы менеджмента туристско-экскурсионного предприятия на основе теоретических положений экономики впечатлений.</p> <p>Обучающийся демонстрирует умение организовывать и реализовывать процесс организации и управления сферой экскурсионной деятельности предприятия, применять принципы построения системы менеджмента, анализа, поиска и принятия решений в деятельности туристско-экскурсионного предприятия с учетом управленческих аспектов экономики впечатлений.</p> <p>Обучающийся демонстрирует владение практическими навыками организации и реализации процесса организации и управления сферой экскурсионной деятельности на примере туристско-экскурсионного предприятия, применения принципов построения системы менеджмента, анализа, поиска и принятия решений в деятельности туристско-экскурсионного предприятия</p>	<p>Формирование способности организовывать и реализовывать процесс организации и управления сферой экскурсионной деятельности на различных уровнях</p>



### **Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации**

Контроль промежуточной успеваемости студентов по дисциплине строится на балльно-рейтинговой системе и заключается в суммировании баллов, полученных студентом по результатам текущего контроля и итоговой работы.

Результаты промежуточной аттестации определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно" (форма промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен).

В соответствии с Положением «о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата и программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам» рейтинговая оценка студентов по каждой учебной дисциплине независимо от ее общей трудоемкости, определяется по 100-балльной шкале в каждом семестре. Распределение баллов рейтинговой оценки между видами контроля рекомендуется устанавливать в следующем соотношении:

Посещаемость – посещение занятий лекционного типа (за исключением поточных) и занятий семинарского типа оценивается накопительно следующим образом: максимальное количество баллов, отводимых на учет посещаемости (30 баллов), делится на количество лекций (за исключением поточных) и практических занятий по дисциплине. Полученное значение определяет количество баллов, набираемых студентом за посещение одного занятия.

Успеваемость – оценка успеваемости выставляется за выполнение заданий текущего контроля по дисциплине. Как правило, в семестре 4 мероприятия текущего контроля (4 «контрольных точки»), причем выполнение всех 4 заданий текущего контроля является обязательным для студента. При обнаружении преподавателем в выполненном студентом задании плагиата данное задание оценивается 0 баллов и считается не выполненным.

Занятия семинарского типа (между «контрольными точками») проводятся в активной и интерактивной форме (дискуссии по изученному материалу, разбор ситуаций и т.п.), в аудитории. Несмотря на то, что преподаватель не оценивает в баллах студента на каждом занятии, в тоже время преподаватель фиксирует активность на занятии и при подведении итогов за семестр начисляет от 0 до 5 рейтинговых бонусных баллов за активность на занятиях.

В качестве внутренней шкалы текущих оценок используется 80 балльная оценка обучающихся, как правило, по трем критериям: посещаемость, текущий контроль успеваемости, активность на учебных занятиях.

Рейтинговая оценка обучающихся по каждой дисциплине независимо от ее общей трудоемкости (без учета результатов экзамена/дифференцированного зачета) определяется по 80-балльной шкале в каждом семестре. Распределение баллов между видами контроля рекомендуется устанавливать в следующем соотношении:

- посещение учебных занятий (до 30 баллов за посещение всех занятий);
- текущий контроль успеваемости (до 50 баллов), в том числе:
  - 1 задание текущего контроля (0-10 баллов);
  - 2 задание текущего контроля (0-10 баллов);
  - 3 задание текущего контроля (0-10 баллов);
  - 4 задание текущего контроля (0-15 баллов).

Результаты текущего контроля успеваемости при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации следующим образом.

Оценка «отлично» может быть выставлена только по результатам сдачи экзамена/дифференцированного зачета. Автоматическое проставление оценки «отлично» не допускается.



Если по результатам текущего контроля обучающийся набрал:  
**71-80 балл** — имеет право получить «автоматом» «зачтено» или оценку «хорошо»;  
**62-70 баллов** — имеет право получить «автоматом» «зачтено» или оценку «удовлетворительно»;  
**51-61 балл** — обязан сдавать зачет/экзамен;  
**50 баллов и ниже** — не допуск к зачету/экзамену.

Технология выставления итоговой оценки, в том числе перевод в итоговую 5-балльную шкалу оценки определяется следующим образом:

Таблица перевода рейтинговых баллов в итоговую 5 — балльную оценку

Баллы за семестр	Автоматическая оценка		Баллы за зачет/экзамен		Общая сумма баллов	Итоговая оценка
	зачтено	экзамен	min	max		
71-80	зачтено	4 (хорошо)	18	20	89-90	4 (хорошо)
					91-100	5 (отлично)
62-70	зачтено	3 (удовлетворительно)	15	20	77-90	4 (хорошо)
51-61	Допуск к зачету/экзамену		11	20	62-75	3 (удовлетворительно)
					76-81	4 (хорошо)
50 и менее	Не допуск к зачету, экзамену					

**Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля**

*Средство оценивания – кейсы*

Кейс – технология проблемно-ситуативного обучения с использованием ситуативных описаний, практических ситуаций. Кейс представляет собой описание конкретной реальной ситуации, подготовленное по определённому формату и предназначенное для обучения обучающихся анализу разных видов информации, ее обобщению, навыкам формулирования проблемы и выработки возможных вариантов ее решения в соответствии с установленными критериями. Кейсовая технология (метод) обучения – это обучение действием.

Составные части итоговой оценки за занятие с использованием технологии кейсов:

- 1) участие в дискуссии или презентации, измеренное уровнем активности обучающихся;
- 2) за подготовленные письменные работы, в т.ч. предварительные решения и итоговые обобщения;
- 3) за содержательную активность в дискуссии, обсуждении в малой группе, или публичной (устной) презентации.

*Критерии оценивания работы по этапам занятия*

<i>Наименование критерия</i>	<i>Максимальный балл при использовании 35- или 10-балльной шкалы</i>	
Активность работы на занятии	10	3
Быстрота выполнения заданий	5	2
Краткость и чёткость изложения	5	1



Этика общения	5	1
Отбор информации	10	3
Штрафные баллы (нарушение правил выполнения кейса, некорректность поведения и т.д.)	- 1...5	-1...3
Итого:	35	10

#### *Средство оценивания – деловая игра*

Деловая / ролевая игра, игровое проектирование – совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путём игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Игра как средство оценивания позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.

Составные части итоговой оценки за занятие с использованием технологии ролевой игры:

- 1) оценки эффективности участников в игре;
- 2) эффективности сформулированного участниками решения;
- 3) качество межгруппового взаимодействия и личностные качества участников.

#### *Критерии оценивания работы по этапам занятия*

<i>Наименование критерия</i>	<i>Максимальный балл при использовании 10-балльной шкалы</i>
Reaction – реакция обучаемых	2
Learning – изменение установок, улучшение знаний и совершенствование навыков участников	2
Behavior – изменение поведения участников (профессионального поведения, общения как его элемента)	2
Results – изменения, которые произошли в связи с тем, что участники прошли обучение, освоенные компетенции и способности по их практическому применению	2
Общая эффективность участия в игре	2
Штрафные баллы (нарушение правил ведения игры, некорректность поведения и т.д.)	- 1...5
Итого:	10

#### *Средство оценивания – заслушивание докладов с презентацией*

##### *Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при презентации докладов*

<b>Критерии оценивания</b>	<b>баллы</b>
Тема доклада раскрыта, сделаны нужные акценты, точно использован понятийный аппарат, корректно сформулирована цель и задачи доклада, освещена методология сбора, анализа и оценки информации, приведено не менее 4 аналоговых кейс-практик, обоснован вывод. Используются современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал раскрывает все ключевые позиции доклада. Студент смог аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других обучающихся.	8-10
Тема доклада раскрыта частично, приведено не менее 3 аналоговых кейс-практик, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не полностью освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все клю-	5-7



чевые позиции доклада. Студент смог аргументированно ответить на часть вопросов преподавателя и других обучающихся.	
Тема доклада раскрыта частично, приведено не менее 2 аналоговых кейс-практик, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все ключевые позиции доклада. Использована не актуальная информация. Студент смог аргументированно ответить на часть вопросов преподавателя и других обучающихся.	3-5
Тема доклада не раскрыта, не сформулирована авторская позиция по теме доклада, не сформулирована цель и задачи доклада, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал отсутствует. Использована устаревшая информация. Студент не смог аргументированно ответить на вопросы преподавателя и других обучающихся. Либо работа не выполнена.	0-2

**7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.**

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
1-2	1. Концепции бизнеса в экономике впечатлений	<b>КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 1</b> Семинар - разбор Case-Study <b>КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 2</b> Семинар – заслушивание докладов с презентацией	Текущий контроль осуществляется в специально отведенное на занятиях семинарского типа время. Основным требованием к выполнению является полное и содержательное изложение мнения по материалу в устной форме и в виде представления доклада, сопровождаемого презентацией. Участие в обсуждении докладов
3-4	2. Формирование сервисной среды в сфере экономики впечатлений	<b>КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 3</b> Семинар в форме деловой игры <b>КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 4</b> Семинар в форме разбора Case-Study и коллективного обсуждения	Текущий контроль осуществляется в специально отведенное на занятиях семинарского типа время. Основным требованием к выполнению является подготовка к деловой игре и активное участие в ее проведении; подготовка не менее 2-х кейс-практик и их представление на занятии, участие в обсуждении вопросов семинара

**КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 1**

**1. Занятие семинарского типа.** Тема занятия: Развитие экономики впечатлений и ее отраслевой состав. Вид занятия: *семинар* в форме разбора Case-Study с проблемным обсуждением.

**КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 2**



**2. Занятие семинарского типа.** Тема занятия: Основы сервисного управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями. Вид занятия: *семинар* в форме заслушивания и обсуждения докладов с презентациями.

### КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 3

**3. Занятие семинарского типа.** Тема занятия: Проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений. Вид занятия: *семинар* в форме деловой игры.

### КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА 4

**4. Занятие семинарского типа.** Тема занятия: Современные технологии обслуживания и проектирования сервисной среды. Вид занятия: *семинар* в форме разбора Case-Study и коллективного обсуждения.

### Тестовые задания для промежуточной аттестации по дисциплине

1. Услуга – это:

- а) любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо;
- б) осязаемые действия, направленные на товар или человека;
- в) это особый вид человеческой деятельности, который направлен на удовлетворение потребностей клиента путем оказания услуг, востребованных отдельными людьми, социальными группами или организациями.

2. Сервисная деятельность – это:

- а) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;
- б) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком);
- в) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара.

3. Производственные услуги – это:

- а) услуги банков, страховых компаний;
- б) инжиниринг, обслуживание оборудования, лизинг;
- в) пассажирский транспорт, торговля, образование.

4. Распределительные услуги включают:

- а) массовые коммуникации;
- б) услуги транспорта, торговли, связи;
- в) консалтинг, инжиниринг.

5. Профессиональные услуги оказывают:

- а) развлекательные учреждения;
- б) организации общественного питания;
- в) рекламные компании.

6. Общественными услугами являются:





- а) телевидение, радио, образование;
- б) услуги, связанные с досугом;
- в) услуги, связанные с транспортом.

7. Материальные услуги направлены на:

- а) формирование отдельных требований потребителей;
- б) удовлетворение материальных потребностей;
- в) удовлетворение духовных потребностей.

8. Непроизводственные услуги – это:

- а) транспортировка грузов;
- б) техническое обслуживание оборудования;
- в) услуги здравоохранения, культуры.

9. В число основных направлений стратегического развития сервиса включают:

- а) совершенствование разного рода технологий: управленческих, организационных и др.;
- б) ориентир на потребителя, изучение его потребностей и вкусов;
- в) совершенствование типов управления, умножение разновидностей управления сервисными предприятиями.

10. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- а) материально-преобразовательная;
- б) исследовательская;
- в) познавательная;
- г) потребительская (пользовательская);
- д) ценностно-ориентационная;
- е) коммуникативная (общение).

11. Выделите два главных уровня сервиса в познавательной деятельности:

- а) эмпирический и теоретический;
- б) оценочный и информационный;
- в) аналитический и экспертный.

12. Что в современных условиях придает сервисной деятельности особую значимость?

- а) то, что принципы ресурсообеспечения и установки бережного обращения с окружающей средой начинают проникать в массовое сознание потребителей;
- б) то, что потребление услуг начинает преобладать над потреблением многочисленных материальных благ;
- в) то, что оправдывается всевластие спекулятивного (валютно-финансового) капитала и своекорыстие транснациональных компаний, действующих в разных странах мира

13. Сервисная трансформация это:

- а) внедрение аутсорсинга;
- б) синтез гуманизированной науки с реальными результатами жизнеобеспечения;
- в) устранение противоречия между технократизмом и гуманизмом;
- г) переход от сервисного сопровождения продукта к формированию управляемой сервисной среды продукта.



14. К легитимным услугам относят:

- а) нелегальные услуги;
- б) услуги, имеющие криминальный оттенок;
- в) услуги, одобряемые государством и обществом.

15. Услуги хирурга являются:

- а) личностными;
- б) идеальными;
- в) нелегитимными.

16. Целью сервисной деятельности является:

- а) удовлетворение человеческих потребностей;
- б) исследование рынка услуг;
- в) производство услуг.

17. Этап процесса создания и разработки услуги, включающий оценку рынка, анализ спроса, планирование доходов и анализ затрат ....

- а) создание концепции обслуживания
- б) анализ возможностей производства и сбыта
- в) утверждение проекта
- г) тестирование концепции обслуживания

18. Этап процесса разработки услуги, где используют принципы - "Формулировка целей и генерирования идей" стадия ...

- а) испытания
- б) разработки стратегии развития нового продукта
- в) освоения рынка
- г) разработки услуги

19. Вид сервиса, включающий в себя комплекс интеллектуальных услуг, связанных с индивидуализацией, т.е. с более эффективной эксплуатацией товара в конкретных условиях работы у данного потребителя

- а) прямой сервис
- б) жесткий сервис
- в) правильного ответа нет
- г) мягкий сервис

20. Вид сервиса, включающий в себя услуги, связанные с поддержанием работоспособности, безотказности и заданных параметров работы товара

- а) правильного ответа нет
- б) косвенный сервис
- в) мягкий сервис
- г) жесткий сервис

21. Гарантия служит для:

- а) защиты продавца
- б) все ответы верны
- в) конкурентной дифференциации товара
- г) защиты покупателя



22. Добавление услуг к существующей линии обслуживания, которые увеличивают текущее предложение это

- а) запуск новых видов деятельности
- б) освоение новой услугой старого рынка
- в) расширение номенклатуры продукта
- г) создание значительных нововведений

23. Понятие "издержки за срок службы" включает в себя стоимость

- а) технического обслуживания
- б) утилизации оборудования
- в) необходимых запчастей

24. Преимущества средних, малых и сверхмалых предприятий в сфере сервиса:

- а) не требуют больших капиталовложений;
- б) способны более динамично развиваться, ориентируясь на инновации и быстро меняющиеся запросы потребителей;
- в) им доступны любые рынки;
- г) выступают важнейшим источником новых рабочих мест;
- д) им доступно освоение сервисных продуктов, связанных с высокими постоянными издержками;
- е) позволяют самореализоваться персоналу.

25. Функциональная диверсификация в сфере сервиса – это требование соответствия объекта спроса:

- а) атмосфере его использования потребителем;
- б) духовной индивидуальности потребителя;
- в) физической индивидуальности потребителя;
- г) текущей моде;
- д) представлениям потребителя о его социальном статусе.

26. Ситуационная диверсификация в сфере сервиса – это требование соответствия объекта спроса:

- а) текущей моде;
- б) физической индивидуальности потребителя;
- в) духовной индивидуальности потребителя;
- г) атмосфере его использования потребителем;
- д) представлениям потребителя о его социальном статусе.

27. Какой из методов не используется для разработки и анализа процесса обслуживания:

- а) диаграммное проектирование;
- б) точки соприкосновения;
- в) потребительский сценарий;
- г) программное моделирование;
- д) реинжиниринг.

28. Каким недостатком отличается метод диаграммного проектирования процесса обслуживания:

- а) чрезмерный акцент на невидимую часть процесса производства услуги;



- б) его применение требует значительных временных затрат;
- в) предполагается использование специализированных программных пакетов;
- г) обязательно требуется значительный опыт работы.

29. Точка соприкосновения это:

- а) процесс взаимодействия между персоналом фирмы и потребителями в момент производства и потребления услуг;
- б) процесс взаимодействия между персоналом фирмы и потребителями в момент оплаты услуги;
- в) процесс взаимодействия между персоналом фирмы и потребителями в момент потребления услуги.

30. Предоставление услуги можно подразделить на отдельные этапы:

- а) обеспечение необходимыми ресурсами;
- б) технологический процесс исполнения;
- в) контроль;
- г) проверка;
- д) испытание;
- е) отгрузка;
- ж) приемка;
- з) процесс обслуживания.

31. Укажите преимущества использования метода потребительского сценария при проектировании процесса обслуживания:

- а) эффективная интеграция невидимой части услуги;
- б) в процессе составления такого протокола возможно выявить сильные и слабые аспекты существующего процесса обслуживания;
- в) тест на практичность и эффективность отдельных этапов и задач процесса обслуживания;
- г) возможность начала проектирования обслуживания с «чистого листа».

32. Укажите, какие из характеристик являются справедливыми для реинжиниринга бизнес-процессов:

- а) фундаментальный;
- б) радикальный;
- в) резкий;
- г) постепенный;
- д) эволюционный.

33. Маркетинговое управление главной целью ставит:

- а) проектирование продукта в соответствии с выявленными потребностями потребителей;
- б) достижение максимально полного удовлетворения потребителей;
- в) освоение новых рынков;
- г) разработку нового продукта.

34. Маркетинговое управление осуществляется, если:

- а) нет планов формирования гибких структур производства и управления;
- б) работники не знают о перспективе развития компании, большая текучесть кадров;
- в) руководители встречают противодействие со стороны работников;



г) все верно.

35. К внешним факторам влияния на поведение потребителя не относится:

- а) культура и ценности;
- б) социальная структура;
- в) референтные группы;
- г) интерпретация.

36. К факторам внутреннего влияния на поведение потребителя не относится:

- а) восприятие;
- б) семья и домохозяйство;
- в) интерпретация;
- г) персональные ценности;

37. Домохозяйство формирует покупательское поведение посредством:

- а) потребительской социализации;
- б) оценочного влияния на поведение;
- в) опыта принятия совместных решений;
- г) всех перечисленных явлений.

38. Какое утверждение не указывает на отличие потребительского поведения личности и организации:

- а) отраслевой спрос является производным от потребительского, вытекает из него;
- б) отраслевые закупки предполагают более детальную послепокупочную оценку альтернатив;
- в) потребительские взаимоотношения в случае организационной закупки более длительные;
- г) существование продуктов низкой и высокой вовлеченности.

39. Послепокупочные процессы для организации:

- а) важнее, чем для человека;
- б) шире, чем для человека;
- в) такие же, как и для человека;
- г) по сути они совершенно другие, чем для человека.

40. Покупательский центр организации является:

- а) неформальной группой;
- б) формальной межфункциональной группой;
- в) отделом;
- г) должностью.

41. По критерию характера последствий конфликты могут быть:

- а) функциональными и дисфункциональными;
- б) симметричными и асимметричными;
- в) субъективными и объективными;
- г) затяжными, вялотекущими и моментными.

42. По распределению потерь конфликты делятся на:

- а) функциональными и дисфункциональными;



- б) симметричными и ассиметричными;
- в) субъективными и объективными;
- г) затяжными, вялотекущими и моментными.

43. По характеру конфликты могут быть:

- а) функциональными и дисфункциональными;
- б) симметричными и ассиметричными;
- в) субъективными и объективными;
- г) затяжными, вялотекущими и моментными.

44. По временным параметрам конфликты делятся на:

- а) функциональными и дисфункциональными;
- б) симметричными и ассиметричными;
- в) субъективными и объективными;
- г) затяжными, вялотекущими и моментными.

45. Установите соответствие определений видов конфликтных личностей:

а) Ригидные	1. Излишне эмоциональные, стремятся быть в центре внимания
б) Целенаправленно конфликтные	2. С завышенной самооценкой, нежеланием считаться с другими, не критичным отношением к себе
в) Бесконфликтные	3. Импульсивные, агрессивные
г) Сверхточные	4. Излишне требовательные, мнительные, подозрительные
д) Демонстративные	5. Рассматривающие конфликт как средство достижения своих целей
е) Неуправляемые	6. Стремящиеся всем угодить

46. Установите соответствие описания моделей состояния конфликта:

А – нежелание признать его существование	1. сочетание настойчивости и кооперации человека
В – присоединение к оппозиционной стороне	2. сочетание настойчивости и индивидуализма человека
С – противопоставление собственной позиции	3. сочетание податливости и кооперации человека
Д – сотрудничество в разрешении конфликта	4. сочетание податливости и индивидуализма человека

47. Установите соответствие описаний стратегий управления конфликтом:

а) Стратегия предупреждения	1. попытка найти общие интересы, достичь баланса интересов, создания атмосферы доверия и обеспечение взаимной выгоды, переговоры
б) Стратегия игнорирования	2. использование таких инструментов, как убеждение, примирение, переговоры, посредничество, объединение новой целью, угроза разоблачения, дисциплинарные требования.
в) Стратегия активного разрешения	3. конфликт сам по себе разрешится, надеясь на механизмы усталости и здравого смысла
г) Стратегия компромисса	4. включает изучение его признаков, раннее установление причин, устранение причин, способствующих конфликту

48. Аспект культуры сервиса, помогающий понять поведение клиентов для выбора наилучшего варианта (способа) их обслуживания

- а) эстетический аспект культуры сервиса
- б) этический аспект культуры сервиса
- в) инновационный аспект культуры сервиса
- г) психологический аспект культуры сервиса

49. Укажите корректное определение кастомизации:

- а) формирование уникальной потребительской практики;
- б) индивидуализация сервиса;
- в) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности;
- г) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

50. Укажите правильное определение индивидуализации:

- а) формирование уникальной потребительской практики;
- б) индивидуализация сервиса;
- в) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности;
- г) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

51. Инструментарий бенчмаркетинга активно использует:

- а) кастомизация;
- б) индивидуализация;
- в) персонализация.

52. Обязательное участие потребителя предполагает:

- а) кастомизация;
- б) индивидуализация;
- в) персонализация.

53. Выберите правильное определение аутентичности:

- а) стремление потребителей приобретать настоящие, подлинные продукты, отражающие их мировоззрение;
- б) индивидуализация сервиса;
- в) придание продукту характеристик и качеств, отличающих его от аналогичной продукции других фирм с целью повышения конкурентоспособности;
- г) изготовление массовой продукции под конкретный заказ потребителя путем комплектации дополнительными элементами или принадлежностями.

54. Установите соответствие видов персонализации продукта:

а) Экспертная	1. выбор внешних атрибутов
б) Модульная	2. возможность выбора клиентом необходимой комплектации из предложенных компанией возможностей (элементов или опций)
в) На уровне внешнего вида	3. продукт создается «под каждого клиента»

55. Установите соответствие уровня продукта и вида персонализации:

а) Ядро продукта	1. Персонализация на уровне сопровождения
б) Дополнительный продукт	2. Персонализация на уровне обслуживания
в) Расширенный продукт	3. Персонализация на уровне внешнего вида
г) Потенциальный продукт	4. Экспертная и модульная персонализация



56. Разработка новых продуктов с помощью достижений НТП отражает его роль по:

- а) углублению и расширению ассортимента;
- б) развитию процесса индивидуализации потребностей, обуславливающую технологические новации, позволяющие персонифицировать продукт и предлагать потребителю участвовать в производстве и продаже нужного товара;
- в) созданию возможности разрабатывать новые технологии торговли, которые привносят многообразие в потребительские практики;
- г) созданию гибкого, многофункционального оборудования, возможности которого способствуют и во многом обеспечивают развитие индивидуализированного спроса.

57. Тип продавцов, которым присуще характеристики: "Я хочу подружиться с клиентом. Он купит товар в результате наших личных отношений" - ... продавец.

- а) агрессивный
- б) эмоциональный
- в) обычный
- г) хороший

58. Тип продавцов, которым присуще характеристики: "Я предоставил товар, покупателю решать, купить он его или нет. Если не купит вина не моя, а товара"- ... продавец.

- а) безразличный
- б) хороший
- в) обычный
- г) агрессивный

59. Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это:

- а) ателье;
- б) контактная зона;
- в) зал ожидания;
- г) комната для посетителей.

60. Выражение «Потребитель всегда прав» означает, что:

- а) у потребителя нет обязанностей;
- б) потребитель «король», а исполнитель – «прислуга»;
- в) у исполнителя нет прав;
- г) потребитель всегда вправе ждать выполнения требований.

61. Сервисный аудит это:

- а) контроль сервисной деятельности;
- б) вид финансового аудита;
- в) вид маркетингового аудита;
- г) проводимый независимым специалистом (ами) процесс доказательства соответствия фактической сервисной деятельности сервисным стандартам/предлагаемому сервису.

62. Какие виды среды сервиса значимы для сервисного аудита:

- а) физическая и нематериальная
- б) внешняя и внутренняя
- в) материальная и нематериальная





г) физическая и ментальная

63. В сервисном аудите процессы сервисной деятельности определяются и группируются:

- а) по стадиям жизненного цикла продукта;
- б) по сервисной среде;
- в) по услугам;
- г) по видам обслуживания.

64. Из каких элементов состоит сервисный аудит:

- а) комплекс правил проведения сервисного аудита;
- б) комплекс правил персонализации продукта;
- в) мотивация линейного персонала;
- г) комплекс сервисных стандартов.

65. Установите соответствие этапов сервисного аудита:

а) 1 этап	1. Определение программы сервисного аудита
б) 2 этап	2. Выбор предмета сервисного аудита
в) 3 этап	3. Определение объекта сервисного аудита

#### 7.4. Содержание занятий семинарского типа

Занятия семинарского типа способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности обучающихся. Занятия семинарского типа по дисциплине реализуются в форме семинаров и практических занятий.

1) *Семинарское занятие* – это оценочное средство (далее ОС), которое заключается в выполнении обучающимися, под руководством преподавателя, проблемного учебного задания, направленного на усвоение научно-теоретических основ учебной дисциплины (модуля), приобретение навыков овладения методами работы с информационными источниками с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Выполнение задания семинара обучающиеся производят в ходе работы в малых группах, представляют в устной форме с презентацией полученных результатов.

2) *Практическое занятие* – это оценочное средство (далее ОС), которое заключается в выполнении обучающимися, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий по определённому алгоритму, направленных на усвоение научно-теоретических основ учебной дисциплины (модуля), приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Выполнения практической работы обучающиеся производят в письменном виде.

Семинарские занятия проводятся с использованием активных и интерактивных форм обучения:

**1. Метод кейсов (Case-box).** Преподаватель готовит кейс, в котором содержится описание жизненной ситуации, а также набор фактических материалов, документов, связанных с ней. Обучающиеся работают в малых группах (по 3-5 человек). На основании представленных документов и описания они должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути вопроса, выявить ключевые проблемы, предложить возможные основные и альтернативные решения, выбрать оптимальный вариант из имеющихся и аргументировать его. На следующей стадии



каждая группа представляет свои результаты анализа и вариант решения, затем проходит общая дискуссия, подведение итогов дискуссии и выбор лучшего решения. В ходе занятия с использованием данного метода происходит установление межпредметных связей, у обучающихся формируется аналитическое и системное мышление, навыки оценки альтернатив; навыки презентации результатов проведенного анализа; навыки оценки последствий, связанных с принятием решений. В ходе занятия с использованием данного метода у обучающихся вырабатывается способность к обобщению, анализу и восприятию информации. Способность к постановке цели и выбору путей ее достижения. Способность логически верно, аргументированно и грамотно строить устную речь.

*Характеристика ОС.* Метод кейсов или метод конкретных ситуаций – метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов).

Метод кейсов использует проблемные задания, в которых обучающимся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, содержащую в себе необходимую, но неполную информацию для решения заданной проблемы. Потребность в применении кейс-измерителей обусловлена тем, что оценка функциональных компетенций не может сводиться к ответам на вопросы тестового характера, поскольку функциональные компетенции – это то, что человек должен уметь делать в трудовой сфере или решении логических задач. Описание функциональных компетенций, как правило, предполагает формулировки деятельностного типа: «способность формулировать цели, задачи и стратегии ..., выявлять тенденции..., строить прогнозы...». Наиболее эффективным способом их оценивания является решение кейсов (реальных проблемных ситуаций), основанных на совокупности ситуационных моделей, включающих формулирование проектов частных соглашений, договоров и сделок.

Метод кейсов относится к неигровым имитационным активным методам обучения. Непосредственная цель метода case-box – это совместными усилиями группы обучающихся проанализировать комплекс схожих проблемных ситуаций, возникающих при конкретном положении дел, и выработать практическое решение, а также оценить предложенные алгоритмы и выбрать лучшее в контексте поставленной проблемы.

*Методика применения ОС и взаимосвязь с формируемыми компетенциями.* Метод представляет собой специфическую разновидность исследовательской аналитической технологии, т.е. включает в себя операции исследовательского процесса, аналитические процедуры.

Решение кейса позволяет:

- организовать работу в группе (или подгруппах) и обеспечить взаимный обмен информацией;
- погрузить группу в профессиональную ситуацию, формировать эффект умножения знания;
- формировать многообразные личностные качества обучаемых;
- формировать проблему и пути ее решения на основании кейса;
- активизировать обучающихся, развивать аналитические и коммуникативные способности, оставляя их один на один с реальными ситуациями.

Применение кейс-технологии рекомендуется в целях:

- развития навыков анализа и критического мышления;
- изучения теории принятия управленческих решений на конкретных примерах;
- отработки типовых схем выработки управленческих решений в проблемных ситуациях;
- развития творческого мышления;
- развития навыков работы в команде.



**2. Деловая игра.** В ходе занятия происходит имитация принятия решений в различных ситуациях, осуществляемая по заданным правилам группой людей в диалоговом режиме по заранее обозначенной проблеме и на основании представленных документов. Затем происходит имитация (воспроизведение) реальной ситуации, в которой обучающиеся действуют в соответствии с обозначенной ролью. В ходе занятия с использованием данного метода у обучающихся вырабатывается способность к обобщению, анализу и восприятию информации. Способность к постановке цели и выбору путей ее достижения. Способность логически верно, аргументированно и грамотно строить устную речь.

*Характеристика ОС.* Ролевая игра – разновидность метода деловой игры, позволяющей определить: наиболее сложные для понимания вопросы, способность обучающихся применять теоретические положения к конкретным жизненным ситуациям, их навыки работы с лекционным и нормативным материалом.

Ролевая игра, игровое проектирование – совместная деятельность группы обучающихся под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Игра как средство оценивания позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи. Кроме того, игра как метод обучения и контроля используется для решения и оценки комплексных задач: усвоение нового и закрепления старого материала, формирования общекультурных компетенций, развития творческих способностей, эффективность командной работы, способность к совместному решению задач, а также выявить индивидуальный вклад каждого участника.

Таким образом, цели использования деловых игр определяют и критерии оценки ее результатов, проявляемых в виде демонстрации:

- владение междисциплинарным, комплексным знанием;
- навыков анализа и критического мышления;
- умений коммуникаций;
- ответственности за последствия принимаемых решений;
- умений в применении типовых схем выработки управленческих решений в проблемных ситуациях;
- творческого мышления;
- умений работы в команде.

*Методика применения ОС и взаимосвязь с формируемыми компетенциями.* Ролевая игра имеет своей целью научить обучающихся грамотно осуществлять построение ответа на заданный вопрос, обязательно ссылаясь на информационные источники, что формирует соответствующие этапы компетенции.

Обучающиеся должны проявлять активность в группе при анализе поставленной задачи, обеспечивать выработку принимаемого группой решения.

Критерии оценки эффективности участников в игре:

- предъявление каждым студентом своего понимания проблемы;
- появление у студентов нового смысла обсуждаемой проблемы;
- степень согласованности, возникающая при обсуждении проблемы.

Критерии эффективности сформулированного участниками решения:

- использование при выработке решений рекомендуемых (обязательных, если игра на освоение определенного учебного материал) приемов, методов;
- не превышение лимита времени;
- наличие в решении новизны, оригинальности, нестандартности; учет ограничений;
- рациональность принятого решения;



- наличие ошибок или противоречий в решении;
- техническая грамотность оформления решений (если требуется).

Критерии межгруппового взаимодействия:

- быстрота принятия решений;
- экспертиза решений других групп;
- аргументированность при защите своих решений;
- согласованность решения внутри группы;
- итоги соревновательности при проведении действий, входящих в канву игры.

Критерии оценки индивидуальных личностных качеств участников (по усмотрению преподавателя):

- эрудированность;
- принципиальность, честность, добросовестность;
- умение аргументировать и отстаивать свое решение;
- склонность к риску;
- умение использовать различные информационные источники (научную литературу, справочные материал, нормативные документы);
- инициативность, исполнительность;
- самоорганизацию;
- культуру речи, коммуникабельность.

### Тематика занятий семинарского типа

#### Занятие семинарского типа 1 (2 ак. часа)

Вид практического занятия: *семинар* в форме разбора Case-Study с проблемным обсуждением

Тема и содержание занятия: Развитие экономики впечатлений и ее отраслевой состав.

Цель занятия: Изучить отраслевой состав экономики впечатлений, установить ее взаимосвязи с туристско-экскурсионной сферой.

Практические навыки: усвоение знаний по тематике, опыт работы с кейсами, работы с литературными источниками.

*Контрольные вопросы для обсуждения:*

1. Каковы постулаты концепции «Сервисная экономика» и каковы ее взаимосвязи с «Экономикой впечатлений»?
2. В чем особенности построения и развития сервисного общества?
3. Назовите основные факторы развития сервисной экономики и сервисного общества.
4. Какова основная цель сервиса B2C? B2B? Какие можете привести примеры приемов обслуживания? Технологий?

#### Занятие семинарского типа 2 (2 ак. часа)

Вид практического занятия: *семинар* в форме заслушивания и обсуждения докладов с презентациями

Тема и содержание занятия: Основы сервисного управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.

Цель занятия: Изучить особенности, типы и виды сервисного управления организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями, выявить наиболее эффективные формы сервисного управления для предприятий туристско-экскурсионной сферы.



Практические навыки: усвоение знаний по тематике, опыт выступления и исследования, работы с литературными источниками.

*Контрольные вопросы для обсуждения:*

1. Какие основные сервисные технологии туристско-экскурсионного бизнеса Вы знаете?
2. Каковы инновационные подходы в туристско-экскурсионном обслуживании?
3. Какие новые технологии обслуживания на предприятиях туристско-экскурсионной индустрии Вы можете назвать?
4. Что такое кастомизация? Персонализация? Как эти концепции работают в туристско-экскурсионном бизнесе?

### **Занятие семинарского типа 3 (1 ак.час)**

Вид практического занятия: *семинар* в форме деловой игры

Тема и содержание занятия: Проектирование сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений.

Цель занятия: Изучить особенности проектирования сервисной среды на предприятии экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений, выявить наиболее эффективные проектные модели сервисной среды для предприятий туристско-экскурсионной отрасли.

Практические навыки: усвоение знаний по тематике, опыт решения проблемных ситуаций в моделируемой среде, работы с литературными источниками.

*Контрольные вопросы:*

1. Назовите основные показатели, характеризующие деятельность туристско-экскурсионного предприятия.
2. На основе каких показателей Вы построите мониторинг сервиса в туроператора / турагента / экскурсионного бюро / ТИЦа?
3. Назовите контактные зоны туристско-экскурсионного обслуживания.
4. Опишите основные факторы потребления туристско-экскурсионных услуг.

### **Занятие семинарского типа 4 (1 ак.час)**

Вид практического занятия: *семинар* в форме разбора Case-Study и коллективного обсуждения

Тема и содержание занятия: Современные технологии обслуживания и проектирования сервисной среды.

Цель занятия: Изучить технологии обслуживания и проектирования сервисной среды на предприятии туристско-экскурсионного бизнеса с учетом принципов и подходов экономики впечатлений.

Практические навыки: усвоение знаний по тематике, опыт выступления и исследования, работы с литературными источниками.

*Контрольные вопросы для обсуждения:*

1. Где находит место аутсорсинг в туристско-экскурсионном бизнесе?
2. Каков инструментарий сервисного аудита туристско-экскурсионной компании?
3. Определите ключевые элементы программы сервисного аудита туристско-экскурсионной организации.
4. Как построить стратегию развития сервисной среды в соответствии с потребностями потребителей?
5. Как можно персонализировать туристско-экскурсионный продукт?
6. Какие технологии/уровни персонализации туристско-экскурсионного продукта Вы знаете?



**8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень информационных справочных систем**

### **8.1. Основная литература**

1. Баранов А.С., Бисько И.А. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма. – М.: ИНФРА-М, 2019. URL.: <https://znanium.com/catalog/document?id=367301>
2. Сервисная деятельность: Учебное пособие / Ю.П. Свириденко, В.В. Хмелев. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2019. - <https://znanium.com/catalog/document?id=335952>
3. Тюрин Д.В. Маркетинговый аудит: как его организовать и правильно провести: Учебник. М.: НИЦ Инфра-М. 2020.: <https://znanium.com/catalog/document?id=354529>
4. Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учеб. пос. для вузов / Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев, Л.В. Баумгартен и др.; Под общ. ред. проф. Ю.Б. Башина - М.: Вузов. учеб.: НИЦ ИНФРА-М, 2020. URL.: <https://znanium.com/catalog/document?id=355980>
5. Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства : учебное пособие для вузов / под общ. ред. проф. Ю. Б. Башина. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2020. —URL: <https://znanium.com/catalog/product/1039259>

### **8.2. Дополнительная литература**

6. Сервисная деятельность: Учебное пособие / Велединский В.Г. М.: КНОРУС, 2018. – <https://www.book.ru/book/926035>
7. Сервисная деятельность: Учебник / Г.А. Резник, А.И. Маскаева, Ю.С. Пономаренко. - М.: НИЦ Инфра-М, 2020. <https://znanium.com/catalog/document?id=357472>
8. Ляндау Ю.В., Стасевич Д.И. Теория процессного управления: Монография. М.: НИЦ Инфра-М.2021. Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/document?id=367389>

### **8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Электронная библиотечная система Book.ru: <http://www.book.ru/>
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики gks.ru
3. Официальный сайт Ростуризма РФ <http://www.russiatourism.ru/>
4. Электронная библиотечная система <http://znanium.com>

### **8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

#### **Программное обеспечение**

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office

#### **Современные профессиональные базы данных**

1. База данных «Единый федеральный реестр туроператоров»: <https://www.russiatourism.ru/operators/>
2. База данных «Федеральный перечень туристских объектов Министерства культуры РФ»: <http://классификация-туризм.рф>



3. База данных «Открытые данные Ростуризма – наборы данных»: <http://opendata.russiatourism.ru/opendata>
4. База данных объектов Всемирного наследия ЮНЕСКО: <https://whc.unesco.org/ru/list/>
5. База данных «Список нематериального культурного наследия и Реестр передового опыта охранной деятельности ЮНЕСКО»: <https://ich.unesco.org/en/lists>

#### Информационные справочные системы

1. Информационная справочная система «Атлас турмаршрутов России» (платформа / турагрегатор поиска, бронирования маршрутов, событий и экскурсий по всей России от РГО): <http://turatl.ru/>
2. Информационная справочная система «Tripster – база экскурсий и экскурсоводов по всему миру»: <https://experience.tripster.ru/>

### 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на лекциях и занятиях семинарского) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и занятиям семинарского типа) работу обучающегося.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине в предлагаемой методике обучения выступают лекционные занятия и занятия семинарского типа (с использованием активных и интерактивных технологий обучения), а также самостоятельная работа обучающихся.

Изучение дисциплины «Организация и технологии экскурсионного бизнеса в экономике впечатлений» базируется на использовании материалов учебной, научной и практической литературы соответствующей направленности, научных публикаций, материалов периодической печати, практических данных о деятельности субъектов рынка гостиничных услуг. Прежде всего, студенту необходимо ознакомиться с тематикой и программой дисциплины и подобрать соответствующую учебную и специальную литературу.

Читать рекомендуемую литературу следует в спокойной обстановке, не отвлекаясь на посторонние дела и беседы. Вдумчивое чтение оградит от необходимости повторного изучения материала.

Если конспектировать усвоенный материал в процессе самостоятельной работы, то процесс запоминания будет эффективнее. Собственные конспекты позволят в любое время восстановить необходимые знания. Конспектирование прочитанного материала удобнее вести в тетради для конспектов лекций, посвящая ему отдельные разделы. Определения основных понятий лучше всего выделить другим цветом или пометить маркером. Для того, чтобы библиографический источник был узнаваем, нужно делать грамотные ссылки на него: ссылка размещается в конце страницы и содержит указание автора, наименование работы, город издания, издательство, год издания, страницу. Необходимо консультироваться с ведущим преподавателем, показывать ему зримые результаты самостоятельной работы в виде конспектов и выполненных индивидуальных заданий. Это позволит своевременно скорректировать процесс самостоятельного изучения проблематики туристско-экскурсионной индустрии.

Если при чтении рекомендуемой литературы возникли вопросы или несогласия с авторами, необходимо отметить это в домашнем конспекте. Во время консультации непонятные моменты обсуждаются с ведущим преподавателем. Поскольку экскурсионная практика имеет



ярко выраженный прикладной аспект, в ней существует множество неисследованных областей. Ознакомление с трудами ученых в этой области может способствовать активизации научной деятельности студента.

#### ***Самостоятельная работа обучающихся***

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической и методической литературой, необходимыми для углубленного изучения дисциплины, а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- овладение методиками;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе лекционных и практических занятий;
- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

Формы самостоятельной работы

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к занятиям лекционного и семинарского типа соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

- подготовка проекта,
- систематизация полученных сведений на практических занятиях,
- изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике.

### **10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):**

Учебные занятия по дисциплине «Организация и технологии экскурсионного бизнеса в экономике впечатлений» проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащённых соответствующим оборудованием:

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование доска
Занятия семинарского типа	учебная аудитория, специализированная учебная мебель





	ТСО: видеопроjectionное оборудование/переносное видеопроjectionное оборудование доска
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроjectionное оборудование, автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет", доска; Помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», интерактивная доска