

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Утверждено:  
на заседании кафедры туризма,  
геоурбанистики и экономической географии  
протокол № 11 от 27 мая 2019 г.

Зав. кафедрой



/Р.Г. Сафиуллин

Согласовано:  
Председатель УМК географического  
факультета



/Ю.В. Фаронова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Дисциплина «Маркетинг и менеджмент в туристско-рекреационной сфере»

Вариативная часть

**программа магистратуры**

Направление подготовки  
05.04.02 География

Направленность (профиль) подготовки  
Рекреационная география и туризм

Квалификация  
магистр

Разработчик (составитель)  
ст. преподаватель



С.А. Литвинова

Для приема: 2019 г.

Уфа - 2019 г.

Составитель: С.А. Литвинова, старший преподаватель кафедры туризма, георбанистики и экономической географии

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол № 11 от 27 мая 2019 г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_ г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

## **Список документов и материалов**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	9
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	9
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	11
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	25
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	25
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	25
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	26

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

ПК-2 способностью творчески использовать в научной и производственно-технологической деятельности знания фундаментальных и прикладных разделов дисциплин (модулей), определяющих направленность (профиль) программы магистратуры.

ПК-7 способностью диагностировать проблемы охраны природы, разрабатывать практические рекомендации по её охране и обеспечению устойчивого развития, разрабатывать стратегии и программы эколого-экономической оптимизации хозяйственной деятельности в городах и регионах, разрабатывать меры по снижению экологических рисков, решать инженерно-географические задачи.

Результаты обучения		Формируемая компетенция с указанием кода
Знания	1. Знание методологии прогнозирования развития туристско-рекреационной отрасли. Знание теоретических и прикладных аспектов маркетинга и менеджмента в туристско-рекреационной сфере.	ПК-2
	2. Современных территориальных проблем, особенностей, закономерностей развития территориальных систем и природных комплексов на глобальном, региональном, национальном, локальном уровнях. Экологические риски и продвижение туристского продукта, экологические риски и менеджмент в туристско-рекреационной сфере.	ПК-7
Умения	1. Уметь разрабатывать научно-практические рекомендации по развитию территориальных туристско-рекреационных систем.	ПК-2
	2. Проводить территориальное исследование туристско-рекреационных систем для анализа, синтеза, сравнения информации, для получения обоснованных научно-практических рекомендаций по управлению развитием природных комплексов и территориальных социально-экономических систем.	ПК-7
Владения (навыки / опыт деятельности)	1. Владеть методами научного исследования территориальных туристско-рекреационных систем.	ПК-2
	2. Навыками обоснования научно-практических рекомендаций для стратегий, программ оптимизации хозяйственной деятельности в регионах с целью развития туристско-рекреационного хозяйства.	ПК-7

## **2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Маркетинг и менеджмент в туристско-рекреационной сфере» относится к вариативной части.

Дисциплина изучается на 1 курсе (3 сессия) и на 2 курсе (2 сессия)

Цель изучения дисциплины: фундаментальная подготовка специалистов высшей квалификации в области маркетинга и менеджмента в туристско-рекреационной сфере и ориентирована на подготовку работников в сфере научного анализа и разработки рекомендаций по формированию пространственных структур в туристско-рекреационной сфере.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин:

Основы научных исследований, История, теория и методология географии.

Планируемые результаты обучения, которые связаны с компетенциями по дисциплине. Основная цель освоения дисциплины заключается в получении знаний о теоретических и практических основах менеджмента и маркетинга туристской фирмы и основных видов туризма. К числу главных задач курса относятся: - изучение особенностей менеджмента туристского бизнеса, - организации маркетинговых исследований туристического рынка; - развитие и закрепление знаний при разработке маркетинговых мероприятий по реализации турпродукта.

**3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

Дисциплины «Маркетинг и менеджмент в туристско-рекреационной сфере»  
На 1 курс (3 сессия) и на 2 курс (2 сессия)

Заочная форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	4/144
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	8+25,7 (33,7)
лекций	2+10 (12)
практических/ семинарских	6+14 (20)
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,7
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	28+73,3(101,3)
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (контроль)	9

Форма контроля: Экзамен 2 курс 2 сессия

Контрольная работа 2 курс 2 сессия

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
1	2	4	5	6	7	8	9	10
1.	Специфика и комплексный характер маркетинга в туризме	1		-	6	1,2,3,4	Сущность маркетинга, его цели и задачи	Семинар
2.	Комплексные маркетинговые исследования туристского рынка	1		-	6	2,3,4	Сущность и задачи маркетинговых исследований. Методические основы маркетинговых исследований.	Семинар
3.	Формирование маркетинговой стратегии туристского предприятия		2	-	8	1,2,3,4	История развития маркетинга.	Семинар
4.	Стимулирование сбыта туристского продукта или услуг в туристско-рекреационной сфере		2	-	8	2,3,4	Система анализа маркетинговой информации.	Семинар
5.	Рекламная деятельность в туристско-рекреационной сфере		2	-	8	2,3,4	Изучение внешней среды маркетинга.	Семинар
6.	Контроль				5	2,3,4		тестирование
7.	Специфика менеджмента в туристско-рекреационной сфере	2	4	-	6	1,5	Формы структур управления Организационные структуры управления	Семинар
8.	Планирование деятельности туристского предприятия	2	4	-	10	1,5	Информационное обеспечение менеджмента	Семинар
9.	Организация работы по управлению предприятием	4	4	-	10	1,5	Управленческое решение в системе менеджмента.	Семинар

	туристско-рекреационной сферы							
10.	Контрольная работа				5	1,5		Контрольная работа
	<b>Всего часов:</b>	12	20		101,3			

Специфика и комплексный характер маркетинга в туризме. Сущность, содержание и основные понятия маркетинга в туризме.

Комплексные маркетинговые исследования туристского рынка. Структура туристского рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Емкость рынка.

Формирование маркетинговой стратегии туристского предприятия. Исследование среды маркетинга туристского предприятия и туристского рынка. Маркетинговые исследования туристского продукта и конкурентов.

Стимулирование сбыта туристского продукта или услуг в туристско-рекреационной сфере. Цена. Внешние факторы ценообразования.

Стимулирование сбыта как средство воздействия на рынок. Каналы сбыта.

Рекламная деятельность в туристско-рекреационной сфере. Фирменный стиль.

Специфика менеджмента в туристско-рекреационной сфере. Управление и его элементы. Понятие менеджмента туризма, его содержание и место в системе социально-экономических категорий.

Планирование деятельности туристского предприятия. Сущность, принципы. Внутренняя и внешняя среда.

Организация работы по управлению предприятием туристско-рекреационной сферы. Персонал. Особенности.



#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции:

ПК-2 способностью творчески использовать в научной и производственно-технологической деятельности знания фундаментальных и прикладных разделов дисциплин (модулей), определяющих направленность (профиль) программы магистратуры.

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		«Неудовлетворительно»	«Удовлетворительно»	«Хорошо»	«Отлично»
Первый этап (уровень)	Знать: Знание методологии прогнозирования развития туристско-рекреационной отрасли. Знание теоретических и прикладных аспектов маркетинга и менеджмента в туристско-рекреационной сфере.	Студент демонстрирует существенные пробелы в знании основного материала учебного курса. Допускает систематические и принципиальные ошибки в изложении материала. Студент не умеет мыслить логически, не умеет аргументировать научную точку зрения.	Студент демонстрирует поверхностное знание разделов дисциплины, не владеет достаточными сведениями из лекционного материала. Студент с затруднениями использует научно-понятийный аппарат, терминологию. Студент демонстрирует стремление к формированию логичного построения мышления, письменной и научной речи.	Студент показывает наличие основных знаний программного материала. Студент ориентируется в материалах из рекомендованной литературы. Студент не всегда логично и аргументированно формирует суждение. Возможно не всегда точное владение научно-понятийным аппаратом.	Глубокое знание программного материала, знание материалов лекций, знание концепций, теорий, владение терминами, знание монографической литературы. Студент демонстрирует самостоятельность научного мышления, демонстрирует умения связывать теорию с практикой. Студент демонстрирует умение вести научную дискуссию. Даёт правильные ответы на дополнительные вопросы преподавателя. Оценка «отлично» выставляется
Второй этап (уровень)	Уметь: Уметь разрабатывать научно-практические рекомендации по развитию территориальных туристско-рекреационных систем.				
Третий этап (уровень)	Владеть: Владеть методами научного исследования территориальных туристско-рекреационных систем.				

					при отсутствии пропусков занятий, при активном участии студента на семинарских занятиях.
--	--	--	--	--	--

ПК-7 - способностью диагностировать проблемы охраны природы, разрабатывать практические рекомендации по её охране и обеспечению устойчивого развития, разрабатывать стратегии и программы эколого-экономической оптимизации хозяйственной деятельности в городах и регионах, разрабатывать меры по снижению экологических рисков, решать инженерно-географические задачи.

Этап (уровень) освоения компетенци и	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		«Неудовлетвори тельно»	«Удовлетворите льно»	«Хорошо»	«Отлично»
Первый этап (уровень)	Знать: Современных территориальных проблем, особенностей, закономерностей развития территориальных систем и природных комплексов на глобальном, региональном, национальном, локальном уровнях. Экологические риски и продвижение туристского продукта, экологические риски и менеджмент в туристско- рекреационной сфере.	Студент демонстрирует существенные пробелы в знании основного материала учебного курса. Допускает систематические и принципиальные ошибки в изложении материала. Студент не умеет мыслить логически, не умеет аргументировать научную точку зрения.	Студент демонстрирует поверхностное знание разделов дисциплины, не владеет достаточными сведениями из лекционного материала. Студент с затруднениями использует научно- понятийный аппарат, терминологию. Студент демонстрирует стремление к формированию логичного построения мышления, письменной и научной речи.	Студент показывает наличие основных знаний программног о материала. Студент ориентируетс я в материалах из источников рекомендован ной литературы. Студент не всегда логично и аргументиров анно формирует суждение. Возможно не всегда точное владение научно- понятийным аппаратом.	Глубокое знание программного материала, знание материалов лекций, знание концепций, теорий, владение терминами, знание монографичес кой литературы. Студент демонстрирует самостоятельн ость научного мышления, демонстрирует умения связывать теорию с практикой. Студент демонстрирует умение вести научную дискуссию. Даёт правильные ответы на дополнительн ые вопросы преподавателя.
Второй этап (уровень)	Уметь: Проводить территориальное исследование туристско- рекреационных систем для анализа, синтеза, сравнения информации, для получения обоснованных научно- практических рекомендаций по				

	управлению развитием природных комплексов и территориальных социально-экономических систем.				Оценка «отлично» выставляется при отсутствии пропусков занятий, при активном участии студента на семинарских занятиях.
Третий этап (уровень)	Владеть: Навыками обоснования научно-практических рекомендаций для стратегий, программ оптимизации хозяйственной деятельности в регионах с целью развития туристско-рекреационного хозяйства.				

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	1. Знание методологии прогнозирования развития туристско-рекреационной отрасли. Знание теоретических и прикладных аспектов маркетинга и менеджмента в туристско-рекреационной сфере.	ПК-2	Тестирование, семинар
	2. Современных территориальных проблем, особенностей, закономерностей развития территориальных систем и природных комплексов на глобальном, региональном, национальном, локальном уровнях. Экологические риски и продвижение туристского продукта, экологические риски и менеджмент в туристско-рекреационной сфере.	ПК-7	семинар
2-й этап Умения	1. Уметь разрабатывать научно-практические рекомендации по развитию территориальных туристско-рекреационных систем.	ПК-2	семинар
	2. Проводить территориальное исследование туристско-рекреационных систем для анализа, синтеза, сравнения информации, для получения обоснованных научно-практических рекомендаций по управлению развитием природных комплексов и территориальных социально-экономических систем.	ПК-7	Тестирование, семинар
3-й этап Владеть навыками	1. Владеть методами научного исследования территориальных туристско-рекреационных систем.	ПК-2	семинар
	2. Навыками обоснования научно-практических рекомендаций для стратегий, программ оптимизации хозяйственной деятельности в регионах с целью развития туристско-рекреационного хозяйства.	ПК-7	семинар

## Вопросы для подготовки к тестированию:

Маркетинг в туристско-рекреационной сфере:

1. Сущность и содержание маркетинга в туризме
2. Развитие теории и практики маркетинга
3. Уровни и координация маркетинга в туризме
4. Маркетинг туризма на национальном уровне
5. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий
6. Основные условия применения и принципы маркетинга в туризме
7. Сущность и задачи маркетинговых исследований
8. Методические основы маркетинговых исследований
9. Правила и процедуры маркетинговых исследований
10. Формы организации маркетинговых исследований
11. Направления маркетинговых исследований
12. Классификация маркетинговой информации тур. предприятия
13. Система внутренней маркетинговой информации тур. предприятия
14. Система внешней маркетинговой информации тур. предприятия
15. Система сбора первичной маркетинговой информации тур. предприятия
16. Экспертные оценки как источник маркетинговой информации тур. предприятия
17. Метод фокус-группы в маркетинговых исследованиях тур. предприятия
18. Система анализа маркетинговой информации тур. предприятия
19. Маркетинговые исследования туристского рынка. Структура туристского рынка.
20. Оценка конъюнктуры рынка. Определение емкости рынка
21. Маркетинговые исследования туристского продукта. Структура туристского продукта.
22. Позиционирование продукта. Жизненный цикл туристского продукта.
23. Конкурентная среда туристского предприятия.
24. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг.
25. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг
26. Сегментация как средство выбора наиболее перспективного целевого рынка.
27. Сущность стратегического маркетингового планирования. Ситуационный анализ.
28. Планирование целей предприятия
29. Разработка программы маркетинга
30. Формирование маркетинговой продуктовой стратегии
31. Оптимизация структуры предлагаемых продуктов
32. Маркетинговая ценовая стратегия туристского предприятия
33. Внешние факторы процесса ценообразования
34. Постановка целей ценообразования. Выбор метода ценообразования.
35. Определение и реализация ценовой стратегии
36. Маркетинговая сбытовая стратегия туристского предприятия
37. Формирование сбытовой стратегии. Каналы сбыта туристского продукта.
38. Сущность маркетинговых коммуникаций туристского предприятия
39. Целевые аудитории коммуникаций. Элементы комплекса коммуникаций.
40. Разработка коммуникационной стратегии
41. Определение адресата и целей коммуникаций
42. Выбор структуры комплекса коммуникаций
43. Разработка бюджета и анализ результатов коммуникационной стратегии
44. Личная продажа в маркетинге туристского предприятия
45. Стимулирование сбыта как средство воздействия на рынок
46. Разработка программы стимулирования сбыта

47. Тестирование, реализация программы и анализ результатов стимулирования сбыта
48. Сущность и цели туристской пропаганды
49. Направления туристской пропаганды
50. Особенности рекламы в сфере туризма. Виды туристской рекламы
- Менеджмент в туристско-рекреационной сфере:
1. Понятие и сущность менеджмента. Особенности общего управления тур. предприятием.
  2. Виды и функции менеджмента предприятий ТРС.
  3. Понятие и классификация методов менеджмента
  4. Опыт менеджмента за рубежом. Возможность его использования в России.
- Сравнительные особенности японского и американского менеджмента.
5. Рыночная модель социально-экономической системы туризма
  6. Особенности туризма как объекта управления
  7. Организация управления туристским комплексом за рубежом и в России
  8. Стратегические и текущее планирование деятельности предприятий ТРС.
  9. Взаимосвязь стратегического и текущего планирования
  10. Внешняя и внутренняя среда туристского бизнеса
  11. Цели и задачи управления предприятием ТРС
  12. Организация работы по управлению предприятием ТРС
  13. Функциональная структура предприятия ТРС
  14. Понятие и виды организационных структур управления предприятием ТРС.
  15. Понятие, значение и классификация коммуникаций на предприятиях ТРС
  16. Горизонтальное и вертикальное разделение труда на предприятиях ТРС
  17. Формальные и неформальные связи на предприятиях ТРС
  18. Взаимодействие с потребителями услуг
  19. Внешние связи и возможности менеджмента в ТРС. Способы организации туристского продукта
  20. Налаживание взаимовыгодного сотрудничества туроператора с поставщиками туристских услуг
  21. Модель современного менеджера. Власть, влияние, лидерство и авторитет менеджера.
  22. Содержание работы руководителя
  23. Мотивация труда на предприятиях ТРС. Смысл и эволюция понятия «мотивация».
  24. Система мотивации труда персонала ТРС
  25. Функционально-стоимостной подход к организации и стимулированию труда на предприятиях ТРС
  26. Понятие, функции и концепция управления персоналом
  27. Особенности технологии управления персоналом на предприятиях ТРС
  28. Учет и контроль результатов труда работников
  29. Управление конфликтами в ТРС. Природа и функции конфликта.
  30. Типология конфликтов в ТРС
  31. Основные причины и методы преодоления конфликтов с туристами
  32. Управленческое решение и его особенности в ТРС. Классификация управленческих решений.
  33. Процесс и методы принятия решений в ТРС.
  34. Особенности процесса внедрения инноваций в сферу услуг
  35. Инновации в организации услуг и формах обслуживания потребителей
  36. Использование новых туристских ресурсов как одно из направлений инновационной деятельности предприятий ТРС

37. Инновации в организации производства и потребления туристских услуг
38. Выявление и использование новых рынков сбыта туристских услуг
39. Понятие и структура информационных технологий в ТРС
40. Специализированное программное обеспечение ТРС
41. Программные средства автоматизации туроператоров и турагентств
42. Программные средства автоматизации авиаагентств.
43. Программные комплексы автоматизации гостиницы
44. Системы поиска и бронирования туров. Глобальные компьютерные системы бронирования (GDS)
45. Сущность, основные элементы и виды риска в ТРС
46. Основные причины предпринимательских рисков в ТРС
47. Управление рисками предприятий в ТРС
48. Этика и психология сервисной деятельности. Психология менеджмента.
49. Значение технологии делового общения
50. Этика делового общения в сервисной деятельности.

### **Контрольная работа: Разработка въездного тура (на примере г.Уфы и др.)**

Цель работы – приобретение способности использовать подходы и методы экономико-географических исследований, уметь применять на практике теоретические знания по маркетингу и менеджменту в туристско-рекреационной сфере, приобретение способности выполнять интегральный анализ и выявлять причинно-следственные связи.

Работа выполняется индивидуально.

1. Задачей участников является разработка въездного тура, имеющего определенную цель. Каждая группа участников игры выдвигает свою идею и должна убедить всех в ее конкурентоспособности.
2. Обосновать состав и количество туристов (необходимо определить, будут ли это российские или зарубежные туристы, попытаться описать выбранный сегмент рынка: возраст, уровень дохода, профессию, мотив поездки).
3. Составить программу тура по дням и часам.  
В программе должны быть предусмотрены размещение, питание, плановые мероприятия и экскурсии, свободное время. Развлечения могут быть предложены за дополнительную плату.
4. Определить поставщиков услуг, обосновав свой выбор. Разработать калькуляцию тура исходя из стоимости услуг, определить цену тура, сравнить эту цену с рыночной.
5. Составить основные положения юридического договора между туристской фирмой и туристом на основании типового договора на оказание услуг.

Работа оформляется в виде реферата. Требования к оформлению: Формат А4 в редакторе MicrosoftWord. Шрифт TimesNewRoman, размер – 14, интервал – одинарный. Размеры полей: левое и правое – 2см, верхнее и нижнее – 2,5см. Оформление титульного листа: Внутреннее содержание работы: Тит. лист, содержание, основная часть (согласно 5-ти пунктам).

Порядок выполнения и контроля: оформление в виде реферата.

#### **Критерии оценки контрольной работы**

Оценка «зачтено» выставляется при условии, если контрольная работа удовлетворяет следующим требованиям:

- 1) тема соответствует проблематике направления или специальности;

- 2) исследование удовлетворяет требованиям актуальности и новизны;
- 3) студент демонстрирует умение выявлять основные дискуссионные положения по теме и обосновывать свою точку зрения на предмет исследования;
- 4) содержание контрольной работы показывает, что цели, поставленные научным руководителем перед исследованием, достигнуты, конкретные задачи получили полное и аргументированное решение;
- 5) в контрольной работе собраны значимые материалы и сделаны убедительные выводы;
- 6) в работе использованы современные источники информации по исследуемой проблеме;
- 7) анализ фактического собранного материала осуществляется с применением картографических методов исследования;
- 8) оформление контрольной работы соответствует требованиям.
- 10) студент демонстрирует умение пользоваться научным стилем речи при защите курсовой работы.

Работа оценивается как «**не зачтено**», в следующих случаях:

- 1) содержание работы не удовлетворяет требованиям, предъявляемым к работам с оценкой «удовлетворительно»;
- 2) содержание контрольной работы не соответствует проблематике направления или специальности;
- 3) работа выполнена самостоятельно, студент на защите не может обосновать результаты проведенного исследования;
- 4) отбор и анализ материала носит фрагментарный, произвольный и/или неполный характер;
- 5) исследуемый материал недостаточен для раскрытия заявленной темы;
- 6) оформление работы не соответствует предъявляемым требованиям, в работе много орфографических ошибок, опечаток и других технических недостатков.

### **Вопросы к семинарам:**

Специфика и комплексный характер маркетинга в туризме.

Семинар 1. Формирование маркетинговой стратегии туристского предприятия.

1. Концепции маркетинговой деятельности в туризме. Уровни и координация маркетинга в туризме.
2. Маркетинг туризма на национальном уровне. Туристская политика государства. Туристское предприятие – основное звено реализации концепции маркетинга.
3. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий. Концепция маркетинговых взаимоотношений. Основные условия применения маркетинга в туризме и его основополагающие принципы. Технология реализации концепции маркетинга на туристском предприятии.
4. Становление современных организаций и необходимость управления.

Семинар 2. Стимулирование сбыта туристского продукта или услуг в туристско-рекреационной сфере. Содержание и направления маркетинговых исследований.

1. Сущность и задачи маркетинговых исследований. Методические основы маркетинговых исследований. Система методов маркетинговых исследований.
2. Требования к маркетинговым исследованиям. Этапы маркетинговых исследований. Правила и процедуры маркетинговых исследований. Формулировка целей и задач.
3. Сбор информации и ее анализ. Представление результатов исследования.
4. Формы организации и направления маркетинговых исследований. Основные

элементы брифа. Направления маркетинговых исследований.

Семинар 3. Система маркетинговой информации туристского предприятия.

1. Классификация маркетинговой информации.
2. Система внутренней маркетинговой информации. Система внешней маркетинговой информации.
3. Система сбора первичной маркетинговой информации. Основные методы сбора первичных маркетинговых данных. Имитационное моделирование. Экспертные оценки как источник маркетинговой информации. Метод фокус-группы в маркетинговых исследованиях.
4. Система анализа маркетинговой информации. Виды анализа. Метод мозговой атаки. Типичные методы прогнозирования.

Семинар 4. Исследование среды маркетинга.

1. Туристского предприятия и туристского рынка.
2. Понятие среды маркетинга. Анализ внутренней среды маркетинга. Направления анализа внутренней среды маркетинга. Система правил, норм и ценностей внутренней среды маркетинга.
3. Изучение внешней среды маркетинга. Макроокружение (макросреда) и непосредственное окружение. Система динамизма внешнего окружения.
4. Анализ структуры туристского рынка, его емкости и оценка конъюнктуры.

Семинар 5. Маркетинговые исследования туристского продукта и конкурентов. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг.

1. Структура туристского продукта. Позиционирование туристского продукта. Выбор стратегии позиционирования туристского продукта. Жизненный цикл туристского продукта.
2. Конкурентная среда туристского предприятия. Элементы анализа конкурентов. Построение конкурентной карты рынка.
3. Ориентация на потребителя – основной принцип маркетинга. Факторы, оказывающие влияние на потребителей туристских услуг.
4. Мотивы поведения потребителей. Этапы жизненного цикла человека. Составляющие анализа стиля жизни. Характеристика процесса принятия решения о приобретении туристских услуг и оценка степени удовлетворенности / неудовлетворенности потребителей.

Специфика менеджмента в туристско-рекреационной сфере.

Семинар 6. Характер и цели планирования.

1. Стратегическое планирование. Содержание понятия планирования. Принципы планирования. Задачи планирования. Виды планирования по временному признаку: долгосрочное, среднесрочное, краткосрочное.
2. Показатели эффективности планирования. Этапы планирования. Методы планирования: балансовый, нормативный, экономико-математический (оптимизационный).
3. Основные элементы стратегии: система целей, приоритеты, правила осуществления управленческих действий. Виды стратегий: генеральная, специальные, функциональные. Факторы, влияющие на стратегию фирмы: миссия, конкурентные преимущества, характер продукции (услуг), организационные; наличие ресурсов, культура и компетентность управления.
4. Стратегическое планирование: сущность и особенности. Тактическое и текущее (оперативное) планирование: сущность, функциональные планы, единовременные планы. Управление по целям и процесс планирования.



## Бизнес-планирование.

### Семинар 7. Процесс организации.

1. Организационные отношения в менеджменте. Содержание и цели организационной деятельности. Внешняя и внутренняя среда организации.
2. Разделение труда и специализация как основа организационных отношений. Основные формы организационного развития: структуризация, композиция, регламентация, ориентация. Законы организаций: дополнения, сохранения, пропорциональности, композиции, самосохранения, информированности, онтогенеза.
3. Основные разновидности организаций. Первичные и вторичные организации. Формы вторичных организаций: корпоративная и ассоциативная. Организационная структура и ее основные виды.
4. Департаментализация: функциональная, продуктовая, территориальная, рыночная, инновационная, связи в организации и координация. Масштаб управляемости.
5. Адаптивные организационные структуры: матричные, проектные, программно-целевые, фрагментарные, автократические.

### Семинар 8. Информационные технологии в ТРС.

1. Понятие и структура информационных технологий в ТРС.
2. Специализированное программное обеспечение ТРС.
3. Программные средства автоматизации туроператоров и турагентств.
4. Программные средства автоматизации авиаагентств.
5. Программные комплексы автоматизации гостиницы.
6. Системы поиска и бронирования туров. Глобальные компьютерные системы бронирования (GDS).

### Семинар 9. Процесс коммуникаций и эффективность управления. Информационное обеспечение менеджмента.

1. Понятие и значение информации и коммуникаций.
  1. Виды коммуникаций.
  2. Коммуникационный процесс: определение, элементы и этапы процесса.
  3. Общая характеристика межличностных коммуникаций.
  4. Организационные коммуникации.
  5. Пути совершенствования коммуникационного процесса в организации.
  6. Уровни информационного обеспечения менеджмента и типы информации.
  7. Использование информации в основных функциях менеджмента.
  8. Компьютерные системы информационного менеджмента.
  9. Построение информационных систем.

### Семинар 10. Принятие решений в организации.

1. Природа процесса принятия управленческих решений.
2. Организационные решения.
3. Существующие подходы к принятию решений.
4. База данных для принятия решений.
5. Этапы рационального принятия решений.
6. Анализ факторов, влияющих на процесс принятия решений.

### Семинар 11. Менеджер и его роль в управлении организацией.

1. Роль и функции менеджера в организации.
2. Общие факторы в работе руководителей. Менеджеры различных уровней.

3. Профессиональные навыки эффективного менеджера.
4. Личные качества эффективного менеджера.
5. Сравнительный анализ менеджера и предпринимателя.

Лидерство как стиль руководства.

1. Основы власти: экономические, правовые, социальные и моральные.
2. Лидерство и власть. Классификация форм власти.
3. Лидерское поведение и содержание трех стилей руководства: авторитарного, демократического и либерального.
4. Подходы к определению значимых факторов эффективного лидерства: подход с позиции личных качеств, поведенческий подход, ситуационный подход.
5. Власть над подчиненными. Просьба, указание, распоряжение, приказ.
6. Руководитель и лидер. Адаптивное руководство.

Семинар 12. Конфликты в организации и пути их преодоления.

1. Понятие и причины конфликта.
2. Типы конфликтов: внутриличностный, межличностный, между личностью и группой, межгрупповой.
3. Модель процесса конфликта.
4. Управление конфликтной ситуацией. Структурные методы разрешения конфликта. Межличностные стили разрешения конфликта.
5. Предупреждение конфликта.

Критерии оценки результатов работы студента на семинаре:

Оценка	Критерии оценки
«зачтено»	Глубокое знание программного материала, знание материалов лекций, знание концепций, теорий, владение терминами, знание монографической литературы. Студент демонстрирует самостоятельность научного мышления, демонстрирует умения связывать теорию с практикой. Студент демонстрирует умение вести научную дискуссию. Даёт правильные ответы на дополнительные вопросы преподавателя. Оценка «отлично» выставляется при отсутствии пропусков занятий, при активном участии студента на семинарских занятиях.
«не зачтено»	Студент демонстрирует существенные пробелы в знании основного материала учебного курса. Допускает систематические и принципиальные ошибки в изложении материала. Студент не умеет мыслить логически, не умеет аргументировать научную точку зрения.

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Башкирский государственный университет»  
Кафедра туризма, геурбанистики и экономической географии  
Экзамен по дисциплине «Маркетинг и менеджмент в туристско-рекреационной сфере»  
Экзаменационный билет № 1  
Направление 05.04.02 География

1. Транспортировка клиента в пределах турцентра - это?
  - 1) Тур
  - 2) Турпакет
  - 3) Трансфер
  - 4) нет правильного ответа
2. Главная составляющая турпродукта, продаваемая туристу как единое целое - это?
  - 1) Тур
  - 2) Турпакет
  - 3) Трансфер
  - 4) нет правильного ответа
3. Характеризуется независимой поездкой туриста по намеченному маршруту и обычно включает бронирование и предварительный за трансфер - это?
  - 1) Тур с сопровождением
  - 2) Тур без сопровождения
  - 3) Трансфер
  - 4) нет правильного ответа
4. Что понимается под маркетингом туристской организации?
  - 1) Стимулирование сбыта
  - 2) Разновидность рыночного обмена
  - 3) Система удовлетворения рыночного спроса
  - 4) нет правильного ответа
5. Доля менеджеров высшего уровня в организации:
  - 1) 50-60%
  - 2) 3-7%
  - 3) 35-40%
  - 4) нет правильного ответа
6. С чего начинается маркетинговое исследование?
  - 1) Сбор информации
  - 2) Формулирование цели исследования
  - 3) Отбор источников информации
  - 4) нет правильного ответа
7. В системе управления организацией – субъект управления это?
  - 1) Управляющая подсистема
  - 2) Управляемая подсистема
  - 3) Связующая подсистема
  - 4) нет правильного ответа
8. Вид туризма, осуществляемый посредством длительной коллективной аренды участка земли для отдыха?
  - 1) Туризм
  - 2) Трансфер
  - 3) Таймшер
  - 4) нет правильного ответа
9. Хозяйствующий субъект, который приобретает туры по туристским маршрутам и выпускает по ним путёвки, реализует туристам?
  - 1) Турагент
  - 2) Туроператор
  - 3) Отрасль туризма
  - 4) нет правильного ответа
10. Что является главной задачей маркетинга ТРС?
  - 1) Произвести продукт, соответствующий спросу
  - 2) Продать любой товар, который уже произведен
  - 3) Планирование ассортимента товара
  - 4) нет правильного ответа
11. Менеджеры какого уровня управления выполняют не только управленческие, но и исполнительские функции?
  - 1) средний уровень
  - 2) низший уровень
  - 3) высший уровень
  - 4) нет правильного ответа
12. Сколько видов контроля существует?
  - 1) 1
  - 2) 3
  - 3) 5
  - 4) нет правильного ответа
13. Делегирование полномочий - это?
  - 1) Передача полномочий
  - 2) Передача ответственности
  - 3) Контроль
  - 4) нет правильного ответа
14. Что представляет собой уровень управления?
  - 1) Ступень подчиненности и ответственности
  - 2) Вид ответственности
  - 3) Вид подчиненности
  - 4) нет правильного ответа
15. Когда образована система GDS?
  - 1) 1960-х
  - 2) 1980-х
  - 3) 1990-х
  - 4) нет правильного ответа

Заведующий кафедрой туризма,  
геурбанистики и экономической географии  
д.г.н., профессор

\_\_\_\_\_/Сафиуллин Р.Г.

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Башкирский государственный университет»  
Кафедра туризма, геотуризма и экономической географии  
Экзамен по дисциплине «Маркетинг и менеджмент в туристско-рекреационной сфере»  
Экзаменационный билет № 2  
Направление 05.04.02 География

1. Делегирование полномочий - это?
  - 1) Передача полномочий
  - 2) Передача ответственности
  - 3) Контроль
  - 4) нет правильного ответа
2. Главная составляющая турпродукта, продаваемая туристу как единое целое - это?
  - 1) Тур
  - 2) Турпакет
  - 3) Трансфер
  - 4) нет правильного ответа
3. Характеризуется независимой поездкой туриста по намеченному маршруту и обычно включает бронирование и предварительный за трансфер - это?
  - 1) Тур с сопровождением
  - 2) Тур без сопровождения
  - 3) Трансфер
  - 4) нет правильного ответа
4. Что понимается под маркетингом туристской организации?
  - 1) Стимулирование сбыта
  - 2) Разновидность рыночного обмена
  - 3) Система удовлетворения рыночного спроса
  - 4) нет правильного ответа
5. Что является главной задачей маркетинга ТРС?
  - 1) Произвести продукт, соответствующий спросу
  - 2) Продать любой товар, который уже произведен
  - 3) Планирование ассортимента товара
  - 4) нет правильного ответа
6. С чего начинается маркетинговое исследование?
  - 1) Сбор информации
  - 2) Формулирование цели исследования
  - 3) Отбор источников информации
  - 4) нет правильного ответа
7. В системе управления организацией – субъект управления это?
  - 1) Управляющая подсистема
  - 2) Управляемая подсистема
  - 3) Связующая подсистема
  - 4) нет правильного ответа
8. Вид туризма, осуществляемый посредством длительной коллективной аренды участка земли для отдыха?
  - 1) Туризм
  - 2) Трансфер
  - 3) Таймшер
  - 4) нет правильного ответа
9. Хозяйствующий субъект, который приобретает туры по туристским маршрутам и выпускает по ним путёвки, реализует туристам?
  - 1) Турагент
  - 2) Туроператор
  - 3) Отрасль туризма
  - 4) нет правильного ответа
10. Доля менеджеров высшего уровня в организации:
  - 1) 50-60%
  - 2) 3-7%
  - 3) 35-40%
  - 4) нет правильного ответа
11. Менеджеры какого уровня управления выполняют не только управленческие, но и исполнительские функции?
  - 1) средний уровень
  - 2) низший уровень
  - 3) высший уровень
  - 4) нет правильного ответа
12. Сколько видов контроля существует?
  - 1) 1
  - 2) 3
  - 3) 5
  - 4) нет правильного ответа
13. Транспортировка клиента в пределах турцентра - это?
  - 1) Тур
  - 2) Турпакет
  - 3) Трансфер
  - 4) нет правильного ответа
14. Что представляет собой уровень управления?
  - 1) Ступень подчиненности и ответственности
  - 2) Вид ответственности
  - 3) Вид подчиненности
  - 4) нет правильного ответа
15. Когда образована система GDS?
  - 1) 1960-х
  - 2) 1980-х
  - 3) 1990-х
  - 4) нет правильного ответа

Заведующий кафедрой туризма,  
геотуризма и экономической географии  
д.г.н., профессор

\_\_\_\_\_/Сафиуллин Р.Г.

### Критерии оценивания:

Экзамен состоит из 15 вопросов.

### Критерии оценивания экзамена:

№ вопроса	№ ответа на вопрос	Оценка за правильный ответ - отлично
1		отлично
2		отлично
3		отлично
4		отлично
5		отлично
6		отлично
7		отлично
8		отлично
9		отлично
10		отлично
11		отлично
12		отлично
13		отлично
14		отлично
15		отлично
		отлично

Итоговая оценка по результатам тестирования:

количество правильных ответов на вопросы (оценка отлично)	оценка
10 и более из 15 вопросов	отлично
8-9 из 15 вопросов	хорошо
5-7 из 15 вопросов	удовлетворительно
0 – 4 из 15 вопросов	неудовлетворительно

Тесты контроля:

1. Транспортировка клиента в пределах турцентра - это?

- 1) Тур
- 2) Турпакет
- 3) Трансфер
- 4) нет правильного ответа

2. Главная составляющая турпродукта, продаваемая туристу как единое целое - это?

- 1) Тур
- 2) Турпакет
- 3) Трансфер
- 4) нет правильного ответа

3. Характеризуется независимой поездкой туриста по намеченному маршруту и обычно включает бронирование и предварительный за трансфер - это?

- 1) Тур с сопровождением
- 2) Тур без сопровождения
- 3) Трансфер
- 4) нет правильного ответа

4. Что понимается под маркетингом туристской организации?
- 1) Стимулирование сбыта
  - 2) Разновидность рыночного обмена
  - 3) Система удовлетворения рыночного спроса
  - 4) нет правильного ответа
5. Что является главной задачей маркетинга ТРС?
- 1) Произвести продукт, соответствующий спросу
  - 2) Продать любой товар, который уже произведен
  - 3) Планирование ассортимента товара
  - 4) нет правильного ответа
6. С чего начинается маркетинговое исследование?
- 1) Сбор информации
  - 2) Формулирование цели исследования
  - 3) Отбор источников информации
  - 4) нет правильного ответа
7. В системе управления организацией – объект управления это?
- 1) Управляющая подсистема
  - 2) Управляемая подсистема
  - 3) Связующая подсистема
  - 4) нет правильного ответа
8. В каком виде может быть реализовано в процессе управления управляющее воздействие?
- 1) Отчет
  - 2) Приказ
  - 3) Данные контроля
  - 4) нет правильного ответа
9. В каком виде может быть реализована в процессе управления обратная связь?
- 1) Отчет
  - 2) Приказ
  - 3) План
  - 4) нет правильного ответа
10. Что является результатом деятельности объекта управления?
- 1) Отчет
  - 2) Приказ
  - 3) Готовая продукция
  - 4) нет правильного ответа
11. Что является результатом деятельности субъекта управления?
- 1) Отчет
  - 2) Приказ
  - 3) Готовая продукция
  - 4) нет правильного ответа
12. Что является предметом труда работников управления?
- 1) Ресурсы
  - 2) Информация
  - 3) Готовая продукция
  - 4) нет правильного ответа

13. Какие функции менеджмента базируются на потребностях и интересах работников?
- 1) Планирование
  - 2) Мотивация
  - 3) Контроль
  - 4) нет правильного ответа
14. . Особый вид деятельности, который позволяет объединить усилия работников организации по достижению общей цели –это?
- 1) Менеджмент
  - 2) Управление
  - 3) Функция менеджмента
  - 4) нет правильного ответа
15. Какие методы традиционно выделяют в менеджменте?
- 1) демократические
  - 2) бюрократические
  - 3) административные
  - 4) нет правильного ответа
16. Долгосрочное планирование охватывает...?
- 1) месяц
  - 2) 5 - 10 лет
  - 3) 10 -15 лет
  - 4) нет правильного ответа
17. В какой из школ менеджмента впервые выделены управленческие функции?
- 1) административная школа
  - 2) школа человеческих отношений
  - 3) школа научного управления
  - 4) нет правильного ответа
18. Кем разработана теория иерархии потребностей?
- 1) А. Маслоу
  - 2) Ф. Герцберг
  - 3) Д. МакКлелланд
  - 4) нет правильного ответа
19. Представитель школы человеческих отношений?
- 1) А. Маслоу
  - 2) Дж. Муни
  - 3) Г. Форд
  - 4) нет правильного ответа
20. Среднесрочное планирование охватывает...?
- 1) месяц
  - 2) 3 - 5 лет
  - 3) 10 -15 лет
  - 4) нет правильного ответа

Критерии оценивания:

Контроль состоит из 20 вопросов.

Итоговая оценка по результатам тестирования:

количество правильных ответов на вопросы (оценка отлично)	оценка
15 и более из 20 вопросов	отлично
10-14 из 15 вопросов	хорошо
7-9 из 15 вопросов	удовлетворительно
0 – 6 из 15 вопросов	неудовлетворительно

Условие допуска к экзамену – работа на семинаре, контрольное тестирование на оценку «удовлетворительно» и выше.



## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

Основная литература:

1. Покровский Н. Е., Черняева Т. И. Туризм: от социальной теории к практике управления: учебное пособие/ Покровский Н. Е., Черняева Т. И. – 2-е изд., испр. и доп. - М.: Университетская книга: Логос, 2009. – 424 с.  
<http://pda.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84920&sr=1>
2. Маркетинг в туристской индустрии: учебное пособие для студентов вузов/ Е.А. Дробышев и др.; под ред. Ю.П. Кожяева - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 303 с.  
<http://pda.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=447036&sr=1>
3. Шейн Ю.П., Матвеева Л.Д. Инновационные подходы к проектированию и развитию туристско-рекреационных зон: учебное пособие/ Ю.П. Шейн, Л.Д. Матвеев. – Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2011. – 178 с. <http://pda.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272483&sr=1>
4. Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие / Л.А. Дробышева. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 152 с. — Режим доступа: <http://pda.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453875&sr=1>

Дополнительная литература:

5. Грозова, О.С. Общий менеджмент: учебное пособие / О.С. Грозова. — Электрон. дан. — Йошкар-Ола: ПГТУ, 2017. — 96 с. — Режим доступа: <http://pda.biblioclub.ru/index.php?page=book&id=477379&sr=1>

### 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» - <https://elib.bashedu.ru//>
2. Электронная библиотечная система издательства «Лань» - <https://e.lanbook.com/>
3. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>
4. Научная электронная библиотека - elibrary.ru (доступ к электронным научным журналам) - [https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp)
5. Электронный каталог Библиотеки БашГУ - <http://www.bashlib.ru/catalogi/>
6. Электронная библиотека диссертаций РГБ - <http://diss.rsl.ru/>
7. Государственная публичная научно-техническая библиотека России. База данных международных индексов научного цитирования SCOPUS - <http://www.gpntb.ru>.
8. Государственная публичная научно-техническая библиотека России. База данных международных индексов научного цитирования WebofScience - <http://www.gpntb.ru>

Программное обеспечение:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
2. Microsoft Office Standard 2013. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

## 6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p><b>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</b> аудитория № 809И (гуманитарный корпус).</p> <p><b>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</b> аудитория № 809И (гуманитарный корпус).</p> <p><b>3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> аудитория № 809И (гуманитарный корпус)</p> <p><b>4. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> аудитория № 809И (гуманитарный корпус)</p> <p><b>5. Помещения для самостоятельной работы:</b> аудитория № 704/1 (гуманитарный корпус), абонемент №8 (читальный зал) (ауд. 815И, гуманитарный корпус)</p> <p><b>6. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:</b> помещение № 817И (гуманитарный корпус)</p>	<p style="text-align: center;"><b>Аудитория № 809И</b></p> <p>Учебная мебель, доска Мультимедиа-проектор Mitsubishi XD208U, XGA,3000 ANSI Ноутбук Samsung R530 &lt;NP-R530-JS03&gt; Pent Экран на штативе 180x180см Спектра</p> <p style="text-align: center;"><b>Аудитория № 704/1</b></p> <p>Учебная мебель, доска, персональные компьютеры: Процессор Thermaltake, Intel Core 2 Duo Монитор Acer AL1916W , Window Vista Мышь Logitech (4шт.), Монитор 19" LG L1919S BF Black (LCD&lt;TFT,8ms, 1280*1024,250кд/м,1400:1,4:3 D-Sub), Процессор InWin, Intel Core 2 Duo, Монитор Flatron 700, Процессор «Калмас», Монитор Samsung MJ17ASKN/EDC, Процессор «Intel Inside Pentium 4», клавиатура (4 шт.)</p> <p style="text-align: center;"><b>Абонемент №8 (читальный зал)</b></p> <p>Учебная мебель, компьютеры в сборе (системный блок Powercool\Ryzen 3 2200G (3.5)\ 8Gb\ A320M \HDD 1Tb\ DVD-RW\450W\ Win10 Pro\ Кл-па USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5"- 3 шт.)</p> <p style="text-align: center;"><b>Помещение № 817И</b></p> <p>Мебель, учебно-наглядные пособия, мультимедиа-проекторы Mitsubishi XD208U, XGA,3000 ANSI (4 шт.), мультимедиа-проектор Sanyo SU 70, ноутбуки Samsung R530 &lt;NP-R530-JS03&gt; Pent, нетбук Acer eMachines eME250-01G16i Atom, (2 шт.), экраны на штативе 180x180см Спектра (4 шт.)</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.</p>