

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ НИЖЕГОРОДСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УТВЕРЖДЕНО  
решением президиума  
Ученого совета ННГУ  
им. Н.И. Лобачевского  
(протокол от 14 декабря 2021 г. № 4)

**Рабочая программа дисциплины**

**Взаимодействие с потребителями  
туристских и гостиничных услуг**

Уровень высшего образования  
**Бакалавриат**

Направление подготовки / специальность  
**43.03.02 «Туризм»**

Направленность образовательной программы  
**Менеджмент международного и внутреннего туризма**

Форма обучения  
Заочная

Нижний Новгород

2022 год

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Взаимодействие с потребителями туристских и гостиничных услуг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» (Б1.В.ДВ.04.02.02) ООП по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» профиль «Менеджмент международного и внутреннего туризма» (квалификации «Бакалавр»).

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

| Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)                                   | Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции   |   | Наименование оценочного средства                    |
|---|---|---|---|
|   | Индикатор достижения компетенции* (код, содержание индикатора)  | Результаты обучения по дисциплине**   |   |
| <b>ПКР-2</b> - Способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации | <b>ПКР-2.1</b> Организует ведение переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг. | <b>Уметь:</b> выявлять потребности и мотивы потребителей туристских услуг<br><b>Знать:</b> методы взаимодействия с потребителями, партнерами и другими заинтересованными сторонами<br><b>Владеть:</b> навыками выявления и анализа потребностей потребителей и подбора оптимального туристского продукта; навыками проведения сравнительного анализа турпродуктов различных туроператоров | Кейс-задача   |
|   |   |   | Тест<br><br>Практическое задание                    |
|   | <b>ПКР-2.2</b> Обеспечивает информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия  | <b>Уметь:</b> предоставлять потребителю полную и актуальную информацию об особенностях турпродукта<br><b>Знать:</b> особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов<br><b>Владеть:</b> навыками межличностного и делового взаимодействия с потребителями туристских услуг   | Кейс-задача<br><br>Тест<br><br>Практическое задание |

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

|  | очно-заочная<br>форма<br>обучения | заочная<br>форма<br>обучения |
|--|-----------------------------------|------------------------------|
| <b>Общая трудоемкость</b>                                  |                                   | <b>5 ЗЕТ</b>                 |
| <b>Часов по учебному плану</b>                             |                                   | 180                          |
| <b>в том числе</b>   |                                   |                              |
| <b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>             |                                   |                              |
| - занятия лекционного типа                                 |                                   | 8                            |
| - занятия семинарского типа                                |                                   | 10                           |
| <b>самостоятельная работа</b>                              |                                   | 150                          |
| <b>Промежуточная аттестация –<br/><u>экзамен</u>/зачет</b> |                                   | 9                            |

#### 3.2. Содержание дисциплины

| Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины  | Всего (часы) |              |         | в том числе   |                          |  |                           |   |                            |  |       |  |              | Самостоятельная работа обучающегося, часы |  |              |         |  |  |
|--|--------------|--------------|---------|---|--------------------------|--|---------------------------|---|----------------------------|--|-------|--|--------------|---|--|--------------|---------|--|--|
|  |              |              |         | Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы |                          |  |                           |   |                            |  |       |  |              |   |  |              |         |  |  |
|  |              |              |         | из них  |                          |  |                           |   |                            |  |       |  |              |   |  |              |         |  |  |
|  |              | Очно-заочная | Заочная |   | Занятия лекционного типа |  | Занятия семинарского типа |   | Занятия лабораторного типа |  | Всего |  | Очно-заочная | Заочная                                   |  | Очно-заочная | Заочная |  |  |
| Тема 1. Особенности функционирования сферы туризма и гостеприимства и сегментирование современных потребителей туристского и гостиничного продукта |              |              | 15      |   |                          |  |                           | 2 |                            |  |       |  |              | 2   |  |              | 13      |  |  |

|   |  |  |        |  |  |   |  |   |  |  |  |  |   |  |  |        |
|---|--|--|--------|--|--|---|--|---|--|--|--|--|---|--|--|--------|
| Тема 2. Понятия «туристский продукт» и «гостиничный продукт»  |  |  | 1<br>5 |  |  | 2 |  |   |  |  |  |  | 2 |  |  | 1<br>3 |
| Тема 3. Формирование туристского и гостиничного продукта для потребителя с учетом его предпочтений и обеспеченности региона ресурсами |  |  | 1<br>5 |  |  |   |  | 2 |  |  |  |  | 2 |  |  | 1<br>3 |
| Тема 4. Управление потребительской мотивацией в сфере туризма и гостеприимства  |  |  | 1<br>5 |  |  | 2 |  |   |  |  |  |  | 2 |  |  | 1<br>3 |
| Тема 5. Анализ факторов, оказывающих влияние на формирование потребительской мотивации в сфере туризма и гостеприимства               |  |  | 1<br>4 |  |  |   |  | 1 |  |  |  |  | 1 |  |  | 1<br>3 |
| Тема 6. Зонирование туристских территорий с учетом реализуемых в них видов туризма  |  |  | 1<br>4 |  |  |   |  | 1 |  |  |  |  | 1 |  |  | 1<br>3 |
| Тема 7. Формирование политики гостиницы на основе потребительских предпочтений  |  |  | 1<br>4 |  |  | 2 |  |   |  |  |  |  | 2 |  |  | 1<br>2 |
| Тема 8. Управление лояльностью потребителей с целью повышения эффективности деятельности туристских предприятий                       |  |  | 1<br>3 |  |  | 2 |  |   |  |  |  |  | 1 |  |  | 1<br>2 |
| Тема 9. Экологический и этнический туризм: формирование туров   |  |  | 1<br>3 |  |  |   |  | 1 |  |  |  |  | 1 |  |  | 1<br>2 |

|  |  |  |             |  |  |   |  |   |        |  |  |  |  |        |  |  |             |
|--|--|--|-------------|--|--|---|--|---|--------|--|--|--|--|--------|--|--|-------------|
| на основе потребительских предпочтений   |  |  |             |  |  |   |  |   |        |  |  |  |  |        |  |  |             |
| Тема 10. Горнолыжный туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений |  |  | 1<br>3      |  |  |   |  | 1 |        |  |  |  |  | 1      |  |  | 1<br>2      |
| Тема 11. Особенности и перспективы развития автомобильного                             |  |  | 1<br>3      |  |  |   |  | 1 |        |  |  |  |  | 1      |  |  | 1<br>2      |
| Тема 12. Детский туризм: особенности организации                                       |  |  | 1<br>3      |  |  |   |  | 1 |        |  |  |  |  | 1      |  |  | 1<br>2      |
| В т.ч. текущий контроль  |  |  | 3           |  |  |   |  |   |        |  |  |  |  |        |  |  |             |
| Промежуточная аттестация - экзамен   |  |  | 9           |  |  |   |  |   |        |  |  |  |  |        |  |  |             |
| Итого  |  |  | 1<br>8<br>0 |  |  | 8 |  |   | 1<br>0 |  |  |  |  | 1<br>8 |  |  | 1<br>5<br>0 |

Практические занятия (семинарские занятия) организуются, в том числе в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка предусматривает решение прикладных задач по профилю профессиональной деятельности и направленности образовательной программы.

На проведение практических занятий (семинарских занятий) в форме практической подготовки отводится 8 часов (заочная форма).

Практическая подготовка направлена на формирование и развитие:

- практических навыков в соответствии с профилем ОП: организационно-управленческая деятельность;
- компетенции ПКР-2 - Способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные коммуникации.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий семинарского типа.

#### **Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Преподавание учебной дисциплины «Взаимодействие с потребителями туристских и гостиничных услуг» строится на сочетании лекций, занятий практического типа и различных форм самостоятельной работы студентов.

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы и организационные мероприятия:

- изучение теоретического материала дисциплины на лекции с использованием компьютерных технологий;
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, методических разработок, специальной и научной литературы;

- закрепление теоретического материала при проведении практических занятий с использованием учебного и научного оборудования, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий.

Самостоятельная работа студентов включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Подготовку докладов и презентаций к практическим занятиям, выполнение творческих заданий и др.
3. Изучение источников управленческой информации.
4. Работу с ресурсами Интернет.
5. Решение практических ситуаций (кейсов).
6. Изучение практических материалов деятельности конкретных предприятий.
8. Подготовку к тестированию по темам и в целом курсу.
9. Подготовку к экзамену по курсу.

Для углубленной проработки материала тем студентам предлагаются задания для самостоятельной работы (индивидуальной или групповой), по результатам которой ими готовится презентация и отчет.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используется электронный курс «Взаимодействие с потребителями туристских и гостиничных услуг», ссылка на электронный курс: <https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=4456>, созданный в системе электронного обучения ННГУ - <https://e-learning.unn.ru/>.

## 5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю), включающий:

### 5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

| Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций) | Шкала оценивания сформированности компетенций   |  |   |   |   |  |   |
|--|---|--|---|---|---|--|---|
|  | плохо   | неудовлетворительно  | удовлетворительно   | хорошо  | очень хорошо  | отлично  | превосходно   |
|  | Не зачтено  |  | зачтено   |   |   |  |   |
| <u>Знания</u>  | Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. | Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок. | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок. | Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.  |
| <u>Умения</u>  | Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие  | При решении стандартных задач не продемонстрированы основные           | Продemonстрированы основные умения. Решены типовые                    | Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные                                       | Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные   | Продemonстрированы все основные умения, решены все основные                | Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные |

|               |  |  |   |   |   |   |   |
|---------------|--|--|---|---|---|---|---|
|               | умений вследствие отказа обучающегося от ответа  | умения. Имели место грубые ошибки.   | задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.               | задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. | задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.             | задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме. | задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов      |
| <u>Навыки</u> | Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. | Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами         | Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов. | Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.     | Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач |

### Шкала оценки при промежуточной аттестации

| Оценка     |                     | Уровень подготовки   |
|------------|---------------------|--|
| зачтено    | Превосходно         | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»   |
|            | Отлично             | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»                     |
|            | Очень хорошо        | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»           |
|            | Хорошо              | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»                       |
|            | Удовлетворительно   | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно» |
| не зачтено | Неудовлетворительно | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»  |
|            | Плохо               | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»  |

### 5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

### 6.2.1 Контрольные вопросы

| Вопросы  | Код формируемой компетенции |
|--|-----------------------------|
| 1. Понятие «туристский продукт». Составляющие туристского продукта.  | ПКР-2                       |
| 2. Понятие «гостиничный продукт». Составляющие гостиничного продукта.  | ПКР-2                       |
| 3. Содержание услуги. «Четыре Н» услуг.  | ПКР-2                       |
| 4. Особенности турпродукта как услуги.   | ПКР-2                       |
| 5. Структурные модели турпродукта.   | ПКР-2                       |
| 6. Четырехуровневая структурная модель турпродукта.  | ПКР-2                       |
| 7. Особенности гостиничного продукта как услуги.   | ПКР-2                       |
| 8. Туристский регион: особенности, структура.  | ПКР-2                       |
| 9. Понятие и содержание туристской мотивации.  | ПКР-2                       |
| 10. Аналитические концепции туристской мотивации.  | ПКР-2                       |
| 11. Иерархические концепции туристской мотивации.  | ПКР-2                       |
| 12. Комплексные концепции туристской мотивации.  | ПКР-2                       |
| 13. Классификация туристских мотивов.  | ПКР-2                       |
| 14. Типы клиентов в туризме.   | ПКР-2                       |
| 15. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской мотивации в сфере туризма и гостеприимства. | ПКР-2                       |
| 16. Формирование искусственных потребительских мотиваций у туристов.   | ПКР-2                       |
| 17. Критерии и принципы создания туристского центра.   | ПКР-2                       |
| 18. Типы пространственных туристских зон.  | ПКР-2                       |
| 19. Взаимосвязь видов туризма с объектами туристской инфраструктуры.   | ПКР-2                       |
| 20. Выбор средств размещения в зависимости от категорий туристов.  | ПКР-2                       |
| 21. Формирование политики гостиничного предприятия на основе потребительских предпочтений.                   | ПКР-2                       |
| 22. Анализ выбора средств по повышению лояльности клиента туристского предприятия.                           | ПКР-2                       |
| 23. Показатели для измерения лояльности потребителя гостиничных услуг.                                       | ПКР-2                       |
| 24. Экологический туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.                         | ПКР-2                       |
| 25. Этнический туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.                            | ПКР-2                       |
| 26. Сельский туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.                              | ПКР-2                       |
| 27. Детский туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.                               | ПКР-2                       |
| 28. Горнолыжный туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.                           | ПКР-2                       |
| 29. Автомобильный туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.                         | ПКР-2                       |
| 30. Лечебно-оздоровительный туризм: формирование туров на основе потребительских предпочтений.               | ПКР-2                       |



### 5.2.2. Типовые тестовые задания для оценки сформированности компетенции ПКР-2

1. Невозможность демонстрации услуги до момента ее получения это:
  - а) изменчивость услуги;
  - б) неспособность к хранению;
  - в) неразрывность производства и потребления;
  - г) неосвязаемость услуги.
2. Как называется четырехуровневой модели турпродукта способ предложения турпродукта, общая атмосфера его приобретения:
  - а) сопутствующий продукт;
  - б) основной продукт;
  - в) продукт в расширенном понимании;
  - г) дополнительный продукт.
3. Искусственные мотивации в сфере туризма и гостеприимства – это:
  - а) базовые мотивации, которые предполагают что место назначения, его географические и другие характеристики способны удовлетворить основную цель путешествия;
  - б) дополнительные меры, которые включают создание новых туристических объектов, а также иные действия, направленные на увеличение туристского потока в конкретный регион;
  - в) меры, предоставляющие клиенту гостиницы преимущества в цене при повторной закупке по сравнению с одноразовой;
  - г) долговременная программа удержания и поощрения клиентов.
4. Местность, привлекающая туристов в силу наличия специфических рекреационных ресурсов, удобного транспортно-географического положения и доступности для туриста информации о центре – это:
  - а) туристский центр;
  - б) туристский регион;
  - в) региональная инфраструктура;
  - г) туристская зона.
5. К социальной инфраструктуре туристской территории относят:
  - а) совокупность учреждений (административно-управленческих, финансовых и др.), организующих развитие региона в целом;
  - б) ментальность и местный образ жизни, традиции, культура отдыха и т.п.
  - в) совокупность объектов жилищного, культурно-бытового и прочего назначения, здравоохранения, образования, общественного питания, обеспечивающих нормальную жизнедеятельность населения региона и приезжих;
  - г) совокупность транспортных, энергетических, телекоммуникационных сооружений.
6. Какая теория туристской мотивации выделяет рациональные и эмоциональные мотивы:
  - а) теория реверсивности М. Аптера;
  - б) теория А. Маслоу;
  - в) теория Д. Шварца;
  - г) теория Ч. Пирса.
7. Мотивация туриста к перемене действительности ил географического места означает:
  - а) желание узнать другие районы, страны с иной культурой, историей, архитектурой;
  - б) желание признания, внимания, хорошей репутации;
  - в) желание выйти из рутины, связанной с работой, повседневными занятиями;

г) желание веселого времяпрепровождения.

8. Назовите внутренние факторы потребительского поведения:

- а) мотивация, эмоции, жизненный стиль;
- б) восприятие, обучение, память;
- в) знание и отношение;
- г) культура нации.

### 5.2.3. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции ПКР-2

**Задание 1.** С помощью ресурсов Интернет найдите описание классического автобусного тура по Европе.

а) определите целевой сегмент данного тура по следующим критериям:

- возраст;
- уровень образования;
- уровень дохода;
- образ жизни/работы.

б) Перечислите все возможные виды мотивов, которыми может руководствоваться турист при выборе данного тура.

Проранжируйте перечисленные мотивы по степени их влияния на принятие туристом решения о приобретении данного тура:

- единый четко преобладающий и обоснованный мотив;
- несколько вторичных мотивов;
- сопутствующие мотивы.

**Задание 2.** С помощью ресурсов Интернет найдите описание туристского маршрута «Золотое кольцо России».

а) определите целевой сегмент данного тура по следующим критериям:

- возраст;
- уровень образования;
- уровень дохода;
- образ жизни/работы.

б) Перечислите все возможные виды мотивов, которыми может руководствоваться турист при выборе данного тура.

Проранжируйте перечисленные мотивы по степени их влияния на принятие туристом решения о приобретении данного тура:

- единый четко преобладающий и обоснованный мотив;
- несколько вторичных мотивов;
- сопутствующие мотивы.

### **Задание 3. Пирамида потребностей А. Маслоу**

С помощью ресурсов Интернет приведите конкретные примеры для каждого уровня потребностей в пирамиде потребностей А. Маслоу.

| Уровень                                   | Туризм | Сфера гостеприимства |
|---|--------|----------------------|
| Физиологические потребности               |        |                      |
| Потребности безопасности                  |        |                      |
| Потребности принадлежности и причастности |        |                      |
| Потребности самоуважения                  |        |                      |
| Потребности самовыражения                 |        |                      |

**Задание 4.** Приведите по три конкретных примера рациональных и эмоциональных мотивов туристов при выборе турпродукта в соответствии с теорией мотивации Д. Шварца

| Рациональные мотивы | Эмоциональные мотивы |
|---------------------|----------------------|
|                     |                      |
|                     |                      |

#### 5.2.4. Темы курсовых работ

1. Формирование механизма потребительских предпочтений в сфере туризма.
2. Формирование потребительских предпочтений в сфере гостеприимства.
3. Анализ взаимодействия с потребителями услуг туристского предприятия.
4. Анализ взаимодействия с потребителями услуг гостиничного предприятия.
5. Анализ обслуживания потребителей туристского предприятия.
6. Анализ обслуживания потребителей гостиничного предприятия.
7. Формирование лояльности потребителей туристского предприятия.
8. Формирование лояльности потребителей гостиничного предприятия.
9. Формирование искусственных потребительских мотиваций у туристов.
10. Анализ развития экологического туризма в Нижегородском регионе.
11. Анализ развития детско-юношеского туризма в Нижегородском регионе.
12. Анализ развития спортивного туризма в Нижегородском регионе.
13. Анализ развития лечебно-оздоровительного туризма в Нижегородском регионе.
14. Анализ развития сельского туризма в Нижегородском регионе.
15. Анализ развития этнотуризма в Нижегородском регионе.

#### 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Драганчук Л.С. Поведение потребителей : учеб. пособие / Л.С. Драганчук. — М. : ИНФРА-М, 2018. - 192 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/949261>

б) дополнительная литература:

1. Большаник П.В. Менеджмент в туристских организациях: учеб. пособие / П.В. Большаник. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 193 с.- (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1026097>
2. Белякова В.А. Технология и организация гостиничных услуг : учебник / Л.Н. Семеркова, В.А. Белякова, Т.И. Шерстобитова, С.В. Латынова. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 320 с. (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1023718>
3. Чудновский, А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 304 с.
4. Журнал «Современные проблемы сервиса и туризма» // Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=26229>

5. Журнал «Проблемы теории и практики управления» // Режим доступа: <http://elibrary.ru/contents.asp?titleid=9009>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины)

1. <http://banauka.ru/3912.html> - Электронная онлайн библиотека. Классификация научных исследований.
2. [http://www.research-alliance.org/pages/lean/lean\\_home.htm](http://www.research-alliance.org/pages/lean/lean_home.htm) - Systems Building Research Alliance (SBRA).
3. <http://www.sae.org/> - Интернет-портал, посвященный инжинирингу.
4. <http://приоритет.пф/> - сайт компании «Приоритет».
5. MSWindows 7
6. MicrosoftOffice 2007 Профессиональный
7. KasperskyEndpointSecurity 10 forWindows
8. Консультант Плюс

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

## **1. Методические указания по выполнению курсовых работ**

### **1.1. Общие положения**

Курсовая работа – самостоятельное, творческое исследование студента, в котором он должен продемонстрировать комплексное умение использовать знания и навыки, полученные в процессе обучения в вузе.

Целями написания настоящих методических указаний являются:

- оказание методической и организационной помощи студентам и их научным руководителям в написании курсовой работы;
- выработка единых требований научных руководителей к оценке курсовых работ.

### **1.2. Структура и содержание курсовой работы**

Курсовая работа состоит из введения, трех разделов (теоретического, аналитического, рекомендательного), выводов и предложений, списка использованной литературы и приложений.

**Введение** включает в себя следующие элементы:

- постановка проблемы, обоснование актуальности рассматриваемой темы для деятельности хозяйствующих субъектов;
- определение цели и задач исследования. Задачи соответствуют характеру раздела (первая задача – связана с характеристикой теоретических аспектов темы, вторая – аналитическая, третья – рекомендательная).
- наименование объекта исследования.
- предмет исследования – это организационно-экономические отношения на совершенствование которых направленно исследование.
- описание структуры выпускной квалификационной работы.

**В первом разделе (теоретическом)** курсовой работы должны содержаться:

- развёрнутые определения основных понятий, используемых при раскрытии темы;
- точки зрения отечественных и зарубежных авторов по проблеме исследуемой в курсовой работе;
- краткое описание методик и методов анализа состояния объекта исследования.

**Второй (аналитический) раздел** курсовой работы должен носить самостоятельный, творческий характер и представлять собой диагностику состояния объекта исследования, его внешней среды в рамках темы курсовой работы. Раздел следует начать с краткого описания объекта исследования, его внешней среды, характеристики метода и методики, проведённого автором исследования. Полученная в ходе исследования информация обрабатывается, анализируется, формулируются выводы о состоянии предмета и объекта исследования.

**Третий раздел (рекомендательный)** курсовой работы. Он содержит предложения автора по совершенствованию деятельности объекта исследования. Конкретное содержание этого раздела определяется темой курсовой работы и может представлять собой, например, разработка делового тура, рекомендации развития делового туризма в России,.

**Четвёртый раздел курсовой работы – «Заключение»** представляет собой краткое, тезисное изложение результатов предыдущих разделов работы. Выводов должно быть не менее двух (1 – по теоретическому и 1 – по аналитическому разделу), предложений – от двух до десяти.

**Список использованной литературы** – последний из обязательных элементов курсовой работы. Он должен включать не менее 30 наименований, иметь сквозную нумерацию

**Приложение** Приложения не являются обязательным элементом курсовой работы. Тем не менее, это удачная возможность для размещения таблиц, рисунков, текстов документов, справочных материалов, носящих вспомогательный характер, использование которых в основной части работы автором признаётся нецелесообразным. Решающим фактором,

определяющим место размещения вспомогательных материалов (основной текст или приложение), является удобство чтения текста курсовой работы.

Каждое приложение должно иметь название и собственную нумерацию страниц. В правом углу каждого приложения пишется слово «Приложение» и указывается его порядковый номер арабскими цифрами. Знак «№» не указывается (например, «Приложение 2»). Приложение должно иметь содержательный заголовок. При необходимости текст приложения может быть разделен на подразделы и пункты, нумеруемые арабскими цифрами. В пределах каждого приложения нумерация рисунков осуществляется с использованием разделительной точки. Например: «Рис. 1.7.» – седьмой рисунок первого приложения.

### **1.3. Объём курсовой работы**

Общий объём курсовой работы – 30-35 страниц текста:

титульный лист – 1 страница;

содержание – 1 страница;

введение – 2-3 страницы;

1 раздел (теоретический) – 8-9 страниц;

2 раздел (аналитический) – 10-11 страниц;

3 раздел (рекомендательный) – 10-11 страниц;

4 раздел – 3-4 страниц;

список использованной литературы – не менее 30 источников.

### **1.4. Оформление курсовой работы**

Курсовая работа по дисциплине «Основы научно-исследовательской работы в вузе» оформляется в соответствии с существующими требованиями. Она выполняется на листах бумаги формата А 4, через 1,5 интервала, шрифт TimesNewRoman, № 14. Между названием раздела, названием подраздела и текстом после названия подраздела – интервал двойной. Поля: верхнее и нижнее – по 2 см, левое – 3 см, правое – 1 см. Таким образом, одна строка должна содержать 60 знаков текста. Нумерация страниц проставляется в правом верхнем углу.

Первая страница введения является третьей страницей работы (после титульного листа и содержания).

Ссылка – важный элемент оформления курсовой работы. Она используется в следующих случаях:

- при прямом цитировании с использованием кавычек;
- если приводится цифровой и иной не общеизвестный материал других авторов;
- при упоминании точек зрения на рассматриваемую проблему тех или иных авторов;
- в случаях упоминания книг, статей, документов и пр.

Ссылка оформляется непосредственно в тексте работы, по окончании смысловой единицы текста (как правило, абзаца, предложения или части сложного предложения). Ссылка оформляется или на источник в целом, или на его часть (страницы). Примеры:

– на источник в целом: [7] (данная книга или статья находится под номером 7 в списке использованной литературы);

– на одну страницу: [7, с.54] (точка зрения приведена на 54-й странице книги или журнала);

– на диапазон страниц: [7, с.54-56];

– на одно из Приложений к курсовой работе: (Приложение 2).

После ссылки ставится тот знак препинания, который необходим по правилам русского языка: точка, запятая, точка с запятой, двоеточие, многоточие.

Разделы курсовой работы должны иметь порядковую нумерацию, например, 1, 2, 3, и т.д. Номер подраздела включает номер раздела и порядковый номер подраздела, разделенные точкой, например, 1.1., 1.2., и т.д. Разделы, так же как введение и список использованной литературы, начинаются с новой страницы. Заголовки помещаются в начале строки, они могут быть выделены шрифтом.

Существует два вида иллюстраций, используемых в курсовой работе – «Рисунок» и «Таблица». К рисункам относят схемы, графики, диаграммы. Рисунки и таблицы имеют отдельную сквозную нумерацию в рамках каждого подраздела. Например: «Рис. 1.2...» – третий рисунок второго подраздела первого раздела. Рисунки сопровождаются названием под рисунком. Слово «Рис.» с номером и названием располагается по центру сразу под рисунком например (рис. 2.2).

Слово «Таблица» и ее порядковый номер (без знака номер) в рамках каждого подраздела пишется справа сверху самой таблицы, затем по центру (строчкой ниже) дается ее название и единица измерения (если она общая для всех граф и строк таблицы). Разрывать таблицу и переносить ее на другую страницу можно только в том случае, если она целиком не уместается на одной странице. При этом на другую страницу переносится заголовок на пример «Продолжение таблицы» (табл. 2.2).

Необходимо указывать год, за который приводятся данные, названия и измерители показателей, а также источник, на основе которого составлена таблица. Если таблица целиком заимствована или составлена по нескольким источникам, то под таблицей должна быть ссылка на источник. Авторство не указывается, если таблица составлена исполнителем курсовой работы на основе первичных материалов.

В таблицах можно использовать одинарный интервал, а размер шрифта сократить до 10-12. Названия таблиц и рисунков следует выделять жирным шрифтом. Во всех таблицах и рисунках должны быть проставлены единицы измерения.

### **1.5. Научный руководитель и его обязанности**

В целях оказания студенту теоретической и практической помощи в период подготовки и написания курсовой работы ему назначается научный руководитель.

Студент периодически (по обоюдной договоренности) информирует научного руководителя о ходе подготовки курсовой работы и консультируется по вызывающим затруднения вопросам.

На первом этапе подготовки курсовой работы научный руководитель консультирует студентов в выборе темы, рассматривает и корректирует план работы и дает рекомендации по списку литературы.

В ходе выполнения работы научный руководитель указывает студенту на недостатки аргументации, стиля и т.д. и рекомендует, как их лучше устранить.

К рекомендациям и замечаниям научного руководителя студент должен относиться критически. Он может учитывать их или отклонять по своему усмотрению, т.к. теоретически и методологически правильная разработка и освещение темы, а также качество содержания и оформления курсовой работы целиком и полностью лежат на ответственности студента.

Законченная курсовая работа, подписанная студентом, представляется руководителю на рецензирование не позднее, чем за 10 дней до защиты.

После получения окончательного варианта курсовой работы научный руководитель оформляет рецензию на нее, в которой характеризует актуальность курсовой работы, дает характеристику каждого ее раздела, отмечает положительные стороны и недостатки не устраненные студентом. Излагает свою точку зрения об общем уровне курсовой работы и мотивирует возможность или нецелесообразность представления курсовой работы в защите.

День и время защиты курсовых работ определяет выпускающая кафедра.

К защите студенту необходимо иметь готовую курсовую работу. В процессе защиты студент кратко излагает суть работы и отвечает на вопросы членов комиссии.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ВО ННГУ с учетом рекомендаций и ООП ВО по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» профиль «Менеджмент международного и внутреннего туризма»

Автор (ы) к.ф.н., доцент кафедры сервиса и туризма Богатырева Л.Г.

Рецензент (ы) \_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой сервиса и туризма д.э.н, профессор Ефремова М.В.