

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Арзамасский филиал ННГУ - Психолого-педагогический факультет

---

УТВЕРЖДЕНО  
решением Ученого совета ННГУ  
протокол № 10 от 02.12.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Управление разработкой и продвижением туристского продукта

---

Уровень высшего образования  
Бакалавриат

---

Направление подготовки / специальность  
43.03.02 - Туризм

---

Направленность образовательной программы  
Экскурсионная деятельность

---

Форма обучения  
очно-заочная

---

г. Арзамас

2025 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.10 Управление разработкой и продвижением туристского продукта относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 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	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПКД-1: Способен к разработке экскурсий	<p>ПКД-1.1: Использует принципы организации и методики проведения экскурсий; туристские ресурсы Российской Федерации, историко-культурные и географические достопримечательности региона; методы обработки информации с использованием современных технических средств.</p> <p>ПКД-1.2: Разрабатывает различные экскурсионные маршруты и программы; составляет технологическую карту экскурсии; выбирает правильные направления продвижения экскурсионных программ.</p> <p>ПКД-1.3: Составляет экскурсионные программы, подготавливает текст экскурсии и составляет методическую разработку.</p>	<p>ПКД-1.1: Знать структуру и этапы жизненного цикла туристского продукта. Уметь использовать при разработке туристского продукта различные ресурсы и туристские достопримечательности региона. Владеть методами обработки информации, необходимой для разработки туристского продукта.</p> <p>ПКД-1.2: Знать сущность и особенности туристского продукта. Уметь управлять разработкой и продвижением различных экскурсионных маршрутов и программ как туристских продуктов. Владеть технологией проектирования туристского продукта</p> <p>ПКД-1.3: Знать принципы составления экскурсионных программ. Уметь составить методическую разработку экскурсии. Владеть навыками презентации и продвижения</p>	Опрос Реферат	Зачёт: Контрольные вопросы

		туристского продукта		
ПКД-3: Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристско-экскурсионной деятельности	<p>ПКД-3.1: Реализует принципы разработки и реализации текущих и перспективных планов туристско-экскурсионного обслуживания, командные методы в организации работы исполнителей.</p> <p>ПКД-3.2: Принимает организационные и управленческие решения на основе результатов анализа деятельности предприятия туристско-экскурсионной сферы и предпочтений потребителя.</p> <p>ПКД-3.3: Использует технологии планирования, организации и управления деятельностью предприятия туристско-экскурсионной сферы, навыки организации командной работы исполнителей.</p>	<p>ПКД-3.1: Знать основы и принципы разработки и продвижения туристского продукта. Уметь разрабатывать туристский продукт Владеть навыками презентации разработанного турпродукта.</p> <p>ПКД-3.2: Знать основы принятия управленческих решений в туризме. Уметь вырабатывать организационные и управленческие решения, необходимые для разработки и продвижения туристского продукта. Владеть навыками управления сбытом туристического продукта на рынке.</p> <p>ПКД-3.3: Знать основы и принципы организации мероприятий по продвижению турпродукта. Уметь планировать мероприятия по продвижению турпродукта. Владеть технологиями управления продажами.</p>	Задания Тест	Зачёт: Контрольные вопросы

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	<b>очно-заочная</b>
<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>2</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>72</b>
в том числе	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	
- занятия лекционного типа	<b>6</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>6</b>
- КСР	<b>1</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>59</b>

Промежуточная аттестация	0 Зачёт
--------------------------	------------

### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	о з ф о	о з ф о	о з ф о	о з ф о	о з ф о
Тема 1. Сущность и особенности туристского продукта.	12	1	1	2	10
Тема 2. Структура и этапы жизненного цикла туристского продукта.	12	1	1	2	10
Тема 3. Технология проектирования туристского продукта.	12	1	1	2	10
Тема 4. Разработка и презентация туристского продукта.	12	1	1	2	10
Тема 5. Управление сбытом и продвижение туристического продукта на рынок.	12	1	1	2	10
Тема 6. Технологии управления продажами.	11	1	1	2	9
Аттестация	0				
КСР	1				1
Итого	72	6	6	13	59

#### Содержание разделов и тем дисциплины

##### Тема 1. Сущность и особенности туристского продукта

Теория туристского продукта. Туристский продукт в деятельности туроператора. Потребительские свойства турпродукта. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и невещественных потребительских стоимостей (в форме услуг). Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж.

##### Тема 2. Структура и этапы жизненного цикла туристского продукта

Структурная модель туристского продукта. Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. Качественные характеристики туристского продукта и их влияние на эффективность продаж. Жизненный цикл туристского продукта. Формирование туристского продукта с учетом региональных особенностей. Маркетинговые проекты в реализации турпродукта. Инновации в реализации турпродукта.

##### Тема 3. Технология проектирования туристского продукта

Технология разработки тура. Качество туристского продукта. Анализ программ туров в зависимости от его тематики. Исследование классификации мотивов при выборе туров. Изучение признаков классификации туристических маршрутов. Анализ методики организации маршрута и формирования тура. Составление оптимальной программы обслуживания участников, учитывая все требования при организации туров. Этапы разработки туристского продукта. Организация поэтапной работы: разработка

замысла (идеи) тура; поиск и отбор партнеров и поставщиков, формирование основного и дополнительного комплекса услуг, экспериментальная проверка тура. Расчет стоимости тура.

#### Тема 4. Разработка и презентация туристского продукта

Этапы разработки туристского продукта. Требования к качеству туристского продукта. «Петля качества» как технология повышения конкурентоспособности турпродукта. Оценочные технологии: анализ турпродукта по критериям спроса, затрат, технологичности, конкурентоспособности, перспективности и т.п. Разработка программы туристского обслуживания. Документирование туристского продукта. Технологии организации работы туристской фирмы в локальных выставочных мероприятиях. Планирование мероприятий по продвижению турпродукта. Реклама в системе продвижения туристского продукта. Особенности продвижения туристского продукта на российском рынке.

#### Тема 5. Управление сбытом и продвижение туристического продукта на рынок

Особенности функционирования туристского рынка. Сегментация туристского рынка. Выбор целевого рынка туристских услуг. Позиционирование туристского продукта. Особенности продвижения и продажи туристского продукта потребителю на внутреннем рынке. Конкурентная среда внутреннего рынка. Целевая аудитория внутреннего рынка. Развитие внутреннего и выездного туризма в условиях экономического кризиса. Основные проблемы, связанные с продвижением туристского продукта на внутреннем рынке. Роль проектной деятельности в реализации основных форм продаж туристского продукта на внутреннем рынке.

#### Тема 6. Технологии управления продажами

Маркетинговые инструменты на службе эффективности продаж туристского продукта. Традиционные инструменты повышения эффективности продаж туристского продукта: маркетинговые акции, гибкая и фиксированная система скидок постоянным клиентам, бонусы контрагентам и потребителям туристских услуг. Сайт туристского предприятия как инструмент повышения эффективности продаж и продвижения туристского продукта. Стимулирование продаж путем грамотного планирования и реализации рекламной кампании.

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

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Управление разработкой и продвижением туристского продукта,

<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=10337>.

Иные учебно-методические материалы:

<https://arz.unn.ru/sveden/document/>

[https://arz.unn.ru/pdf/Metod\\_all\\_all.pdf](https://arz.unn.ru/pdf/Metod_all_all.pdf)

### **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

## **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Опрос) для оценки сформированности компетенции ПКД-1:**

1. Туристский продукт в деятельности туроператора.
2. Свойства и структура турпродукта.
3. Стадии разработки турпродукта.
4. Анализ маркетинговых возможностей и разработка маркетинговой стратегии при формировании турпродукта.
5. Схема разработки и реализации турпродукта.
6. Задачи, этапы и методы маркетинговые исследования при формировании турпродукта.
7. Задачи и методы ценообразования турпродукта. Формирование цены турпродукта
8. Факторы, влияющие на формирования турпродукта.
9. Сегментация туристического рынка.
10. Потребительские свойства и качества туристского продукта
11. Технология и особенности формирования туристского продукта.
12. Этапы разработки туристского продукта
13. Разработка тура для туристской фирмы. Схема тура.
14. Калькуляция стоимости тура
15. Потребительские свойства и качества туристского продукта.

### **Критерии оценивания (оценочное средство - Опрос)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Ответ полный и правильный на основании изученной теории; теоретический материал и решение поставленных задач изложены в необходимой логической последовательности, грамотный научный язык; ответ самостоятельный. Могут быть допущены две-три незначительные ошибки, исправленные по требованию преподавателя.
не зачтено	Ответ обнаруживает непонимание студентом основного содержания учебного материала или допущены существенные ошибки, которые не могут быть исправлены при наводящих вопросах преподавателя.

### 5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Реферат) для оценки сформированности компетенции ПКД-1:

1. Турпродукт как комплекс услуг. Отличительные свойства турпродукта как пакета услуг.
2. Документы, регламентирующие процесс разработки туристского продукта (ГОСТы).
3. Основные типы личных продаж в туристической индустрии.
4. Вербальные и невербальные коммуникации и их использование в туристической индустрии.
5. Подготовка и проведение презентации услуг туристического предприятия.
6. Типы возражений клиентов и способы их преодоления при проведении личной продажи туристических услуг.
7. Повышение производительности продаж в туристической индустрии.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Реферат)

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Реферат полностью раскрывает основные вопросы теоретического материала. Студент приводит информацию из первоисточников и изданий периодической печати, приводит практические примеры, отвечает на дополнительные вопросы преподавателя и студентов (в процессе выступления с докладом).
хорошо	Реферат частично раскрывает основные вопросы теоретического материала. Студент приводит информацию из первоисточников, отвечает на дополнительные вопросы преподавателя и студентов (в процессе выступления с докладом), но при этом дает не четкие ответы, без достаточно их аргументации.
удовлетворительно	Реферат в общих чертах раскрывает основные вопросы теоретического материала. Студент приводит информацию только из учебников. При ответах на дополнительные вопросы (в процессе выступления с докладом) путается в ответах, не может дать понятный и аргументированный ответ.
неудовлетворительно	В реферате нет информации о проблематике работы и ее месте в контексте других работ по исследуемой теме.

### 5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПКД-3:

1. При выводе нового туристического продукта(услуги) на рынок, в каких условиях можно было бы рекомендовать:
  - а) Стратегию «снятия сливок»;

б) Стратегию проникновения на рынок.

Ответ обоснуйте.

2. Обосновать необходимость рекламы в индустрии туризма.
3. Продемонстрировать и провести функциональный анализ организации рекламной деятельности на предприятиях индустрии туризма (на примере конкретного туристического предприятия).
4. Разработать план рекламной деятельности для предприятия индустрии туризма (на примере конкретного туристического предприятия).
5. Разработать план мероприятий Public Relations для предприятия индустрии туризма (на примере конкретного туристического предприятия).
6. Провести и обосновать выбор агентства по связям с общественностью для предприятия индустрии туризма (на примере конкретного туристического предприятия).

### Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выполненные задания содержательно полностью соответствуют поставленным вопросам. Приведенная информация проанализирована, переработана, рассмотрены и приведены различные точки зрения специалистов по данным вопросам, возможно, приведены практические примеры собственного опыта занятий физическими упражнениями. Оформление задания полностью соответствует требуемому шаблону.
хорошо	Выполненные задания содержательно соответствуют поставленным вопросам. Приведенная в них информация верная, но она студентом заимствована из источника без проведения анализа содержания. Оформление задания полностью соответствует требуемому шаблону.
удовлетворительно	Выполненные задания в целом содержательно соответствуют поставленным вопросам. Приведенная в них информация представлена с ошибками. Оформление задания в целом соответствует требуемому шаблону.
неудовлетворительно	Задания не выполнены либо выполненные задания содержательно не соответствуют поставленным вопросам. Приведенная в них информация представлена с ошибками. Оформление задания не соответствует требуемому шаблону.

### 5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПКД-3:

Вопрос 1



В каком виде доводится информация до туриста до момента заключения договора на оказание туристских услуг?

Выберите один или несколько ответов:

- а) в виде рекламы на интернет-сайте
- б) в виде маркировки
- в) в каталогах и справочниках
- г) устно, при личной беседе
- д) логотипами

Вопрос 2

TTL-коммуникации включают категории:

Выберите один или несколько ответов:

- а) ATL – коммуникации
- б) AST– коммуникации
- в) BPL– коммуникации
- г) BTL — коммуникации

Вопрос 3

В реализации турпродукта в системе розничной торговли используются следующие средства стимулирования:

Выберите один или несколько ответов:

- а) предоставление скидок проездных билетов на общественный транспорт
- б) посещение музеев и театров
- в) установление прогрессивной комиссии за продажу туристских поездок сверх установленной квоты
- г) предоставление бесплатного обслуживания работникам розничной фирмы, сопровождающим в поездке туристские группы

#### Вопрос 4

В чем заключается главное отличие информационных ресурсов от всех других видов (трудовых, энергетических и т.д.)?

Выберите один ответ:

- а) в том, что они уменьшаются по мере их использования
- б) главное отличие заключается в целевой аудитории
- в) в том, что чем больше их расходуют, тем быстрее эти ресурсы растут

#### Вопрос 5

Выберите факторы, не оказывающие влияния на мотивы туристов при выборе путевки:

Выберите один ответ:

- а) уровень дохода
- б) возраст
- в) наличие автомобиля
- г) состояние здоровья

#### Вопрос 6

Дайте определение продакт плейсменту:

Выберите один ответ:

- а) рекламный прием, заключающийся в том, что реквизит в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах или книгах имеет реальный коммерческий аналог
- б) рекламный прием, заключающийся в том, что реквизит в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах или книгах не имеет реального аналога

#### Вопрос 7

Дайте определение рекламы согласно статье 2 Закона РФ «О рекламе»:

Выберите один ответ:

а) распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информации о физическом или юридическом лице, товарах, идеях, начинаниях рекламная информация, которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому или юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний.

б) любая форма неличного представления и продвижения идей, товаров или услуг, оплачиваемая заказчиком, которая служит для привлечения внимания потенциальных потребителей к объекту рекламирования, используя при этом наиболее эффективные приемы и методы с учетом конкретной ситуации.

#### Вопрос 8

Информационные ресурсы – это:

Выберите один ответ:

- а) передаваемые из уст в уста знания
- б) собранные людьми знания, предназначенные для социального использования и зафиксированные на материальном носителе
- в) записанные людьми знания
- г) собранные людьми знания, предназначенные для материального использования и незафиксированные на носителе

#### Вопрос 9

К методам изучения запросов потребителей не относятся:

Выберите один ответ:

- а) метод проектирования
- б) исторический метод
- в) метод наблюдений
- г) метод анкетирования

#### Вопрос 10

К механизмам продвижения России как туристского направления на внутреннем и международном туристских рынках следует отнести:

Выберите один или несколько ответов:

- а) участие в крупнейших международных туристических и иных выставках единым российским национальным стендом с привлечением органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации
- б) некоммерческое рекламное продвижение российского туристского продукта на зарубежных рынках и на внутреннем рынке, с целью увеличения въездного и внутреннего туристского потока и создания благоприятного имиджа России
- в) разработку новых маршрутов по труднодоступным регионам страны

### Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
отлично	80-100% правильных ответов
хорошо	60-79% правильных ответов
удовлетворительно	40-59% правильных ответов
неудовлетворительно	меньше 40% правильных ответов

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
	не зачтено	зачтено		
<u>Знания</u>	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, без ошибок
<u>Умения</u>	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме
<u>Навыки</u>	При решении стандартных задач не продемонстрированы	Имеется минимальный набор навыков для решения	Продemonстрированы базовые навыки при решении	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без

	базовые навыки. Имели место грубые ошибки	стандартных задач с некоторыми недочетами	стандартных задач с некоторыми недочетами	ошибок и недочетов
--	---	---	---	--------------------

### **Шкала оценивания при промежуточной аттестации**

<b>Оценка</b>		<b>Уровень подготовки</b>
<b>зачтено</b>	<b>отлично</b>	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»
	<b>хорошо</b>	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»
	<b>удовлетворительно</b>	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»
<b>не зачтено</b>	<b>неудовлетворительно</b>	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».

### **5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКД-1**

1. Туристский потенциал: понятие, сущность, элементы.
2. Турпродукт как комплекс услуг. Отличительные свойства турпродукта как пакета услуг.
3. Особенности современного российского туристического продукта
4. Процесс обслуживания в туризме: виды и цели, субъекты, этапы, качество, результат
5. Свойства и структура туристского продукта.
6. Документы, регламентирующие процесс разработки туристского продукта (ГОСТы)
7. Основные и дополнительные услуги (элементы) турпродукта.
8. Проблемы дополнительного туристского продукта
9. Роль дополнительных услуг в выборе покупателем того или иного турпродукта.
10. Необходимые, достаточные, избыточные компоненты туристского продукта.
11. Этапы разработки туристского продукта.
12. Требования к качеству туристского продукта.
13. «Петля качества» как технология повышения конкурентоспособности турпродукта
14. Оценочные технологии: анализ турпродукта по критериям спроса, затрат, технологичности, конкурентоспособности, перспективности и т.п.

#### **5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКД-3**

1. Разработка программы туристского обслуживания
2. Документирование туристского продукта.
3. Турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета.
4. Потребительские свойства тура.
5. Технологические ошибки в разработке туристского продукта: экономические, правовые и имиджевые последствия технологических ошибок.

6. Логистика в туризме: понятие, принципы применения, общие технологии управления временем и перемещением.
7. Маршрут в составе тура, классификация маршрутов.
8. Разработка и проведение туристических маршрутов
9. Технологии проектирования туристского маршрута.
10. Технологии организации работы туристской фирмы в локальных выставочных мероприятиях
11. Планирование мероприятий по продвижению турпродукта.
12. Реклама в системе продвижения туристского продукта.
13. Особенности продвижения туристского продукта на российском рынке.
14. Технологии управления продажами туристского продукта.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Ответ полный и правильный на основании изученной теории; теоретический материал и решение поставленных задач изложены в необходимой логической последовательности, грамотный научный язык; ответ самостоятельный. Могут быть допущены две-три несущественные ошибки, исправленные по требованию преподавателя.
не зачтено	Ответ обнаруживает непонимание студентом основного содержания учебного материала или допущены существенные ошибки, которые не могут быть исправлены при наводящих вопросах преподавателя.

### 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Веткин В.А. Технология создания турпродукта : учебно-методическое пособие / Веткин В.А.; Винтайкина Е.В. - Москва : Финансы и статистика, 2021. - 304 с. - ISBN 978-5-00184-033-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=774371&idb=0>.
2. Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование / Джанджугазова Е. А. - 3-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 257 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/496195> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-13120-8 : 829.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=787537&idb=0>.
3. Морозова Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме / Морозова Н. С., Морозов М. А. - 6-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 192 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/493153> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-10941-2 : 659.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=788187&idb=0>.
4. Остроумов О.В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность : учебно-методическое пособие / Остроумов О.В. - Москва : Финансы и статистика, 2021. - 128 с. - ISBN 978-5-00184-027-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=774369&idb=0>.

## Дополнительная литература:

1. Шаркова Антонина Васильевна. Бизнес-планирование в туризме : Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 4-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2021. - 310 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-04314-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=741621&idb=0>.
2. Быстров С.А. Технология продаж и продвижения турпродукта : Учебное пособие / Быстров С.А. - Москва : КноРус, 2021. - 260 с. - Режим доступа: book.ru. - ISBN 978-5-406-08513-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772293&idb=0>.
3. Веткин В.А., Винтайкина Е.В. Технология создания массового турпродукта : Учебно-методическое пособие / Веткин В.А. - Москва : Русайнс, 2021. - 247 с. - Режим доступа: book.ru. - ISBN 978-5-4365-8209-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772116&idb=0>.
4. Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристских территорий / Джанджугазова Е. А. - 3-е изд. ; испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2022. - 208 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/491453> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-07732-2 : 699.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=784987&idb=0>.
5. Мотышина Марина Станиславовна. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : Учебник для академического бакалавриата / Мотышина М. С., Большаков А. С., Михайлов В. И. ; под ред. Мотышиной М.С. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2019. - 282 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-10440-0 : 689.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=579141&idb=0>.
6. Борискова Лилия Александровна. Управление разработкой и внедрением нового продукта : Учебное пособие / Нижегородский государственный технический университет им. Р.А. Алексеева; Нижегородский государственный технический университет им. Р.А. Алексеева. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 272 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-011407-1. - ISBN 978-5-16-103649-5., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=834090&idb=0>.
7. Коль О. Д. Маркетинг в туристской индустрии / Коль О. Д. - Москва : Юрайт, 2022. - 355 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/489805> (дата обращения: 05.01.2022). - ISBN 978-5-534-04332-7 : 1099.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=785334&idb=0>.

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

Лицензионное программное обеспечение: Операционная система Windows.

Лицензионное программное обеспечение: Microsoft Office.

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), платформа Elibrary: национальная информационно-аналитическая система. Адрес доступа: [http://elibrary.ru/project\\_risc.asp](http://elibrary.ru/project_risc.asp)
- ГАРАНТ. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс]. – Адрес доступа: <http://www.garant.ru>

Свободно распространяемое программное обеспечение:

- программное обеспечение LibreOffice;

- программное обеспечение «КонсультантПлюс»;
- программное обеспечение Paint.NET

Электронные библиотечные системы и библиотеки:

Электронная библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com/>

Электронная библиотечная система «Консультант студента» <http://www.studentlibrary.ru/>

Электронная библиотечная система «Юрайт» <http://www.urait.ru/>

Электронная библиотечная система «Znanium» <http://znanium.com/>

Фундаментальная библиотека ННГУ. – Адрес доступа: [www.lib.unn.ru/](http://www.lib.unn.ru/)

Сайт библиотеки Арзамасского филиала ННГУ. – Адрес доступа: [lib.arz.unn.ru](http://lib.arz.unn.ru)

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения.

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

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 43.03.02 - Туризм.

Автор(ы): Завражнов Василий Владимирович, кандидат педагогических наук.

Рецензент(ы): Андреев Олег Евгеньевич, кандидат исторических наук.

Заведующий кафедрой: Акутина Светлана Петровна, доктор педагогических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 27.11.2024 г., протокол № №9.