

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудрявцев Михаил Владимирович ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО

Образования Министерства сельского хозяйства Российской Федерации

Должность: Проректор по образовательной деятельности «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО

ХОЗЯЙСТВА ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»

Уникальный программный ключ: 790a1a8df2525774421adc1fc96453f0e902bfb0 (Университет Вернадского)

Кафедра Территориального управления и планирования

Принято Ученым советом
Университета Вернадского
«26» марта 2026 г. протокол № 8



Рабочая программа дисциплины

Служебная этика

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) программы Предпринимательство в индустрии туризма

Квалификация: бакалавр 43.03.02 Туризм

Форма обучения очная, заочная

Балашиха 2026 г.

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм

Рабочая программа дисциплины разработана *доцентом кафедры территориального управления и планирования, доцентом, к.п.н., Михалкиной Е.Г.*

Рецензент: *д.э.н., профессор кафедры территориального управления и планирования Васильева И.В.*

1 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в ОПОП ВО индикаторами достижения компетенций

1.1 Перечень компетенций, формируемых учебной дисциплиной

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции Планируемые результаты обучения
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	
ОПК-3.1 знает системы менеджмента качества в индустрии туризма, технологии обеспечения качества оказания туристских услуг	Знать: знает нормы и правила служебной этики в рамках системы менеджмента качества в индустрии туризма, технологии обеспечения качества оказания туристских услуг
	Уметь: применять этические кодексы и правила этикета при взаимодействии с различными социальными и профессиональными группами
	Владеть: умением использовать в профессиональной деятельности норм служебной этики и этикета
ОПК-3.2 умеет обеспечивать стандарты качества процессов оказания туристских услуг	Знать: принципы и нормы служебной этики в подразделениях предприятий, оказывающих туристские услуги
	Уметь: использовать принципы и нормы служебной этики при осуществлении профессиональной деятельности в индустрии внутреннего и внешнего туризма, а также в подразделениях предприятий, оказывающих туристские услуги
	Владеть: принципами и нормами профессиональной этики
ОПК-3.3 владеет навыками и опытом: оценки качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон; обеспечения требуемого качества процессов оказания туристских услуг в соответствии с международными и национальными стандартами	Знать: научные теории служебной этики в индустрии туризма
	Уметь: формировать в подразделениях предприятий сферы туризма нормальный морально-этический климат в отношении клиентов, коллег и партнеров по бизнесу
	Владеть: навыками и опытом соблюдения этических норм, принципов и правил служебного этикета при выполнении профессиональных обязанностей

2. Цели и задачи освоения учебной дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Служебная этика» относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы высшего образования 43.03.02 Туризм, профиль Предпринимательство в индустрии туризма.

Цель: Освоение дисциплины «Служебная этика» направлено на формирование у бакалавров системы теоретических знаний и практических компетенций в области этики профессиональной деятельности в индустрии туризма.

Задачи:

1. Рассмотреть этапы развития этики и морали в историческом аспекте;
2. Изучить нормы и принципы служебного поведения при осуществлении профессиональной деятельности, освоить приемы их практического применения;
3. Сформировать навыки владения нормами и правилами служебной этики при выполнении профессиональных задач и в межличностном общении;
4. Усвоить систему нравственных отношений с различными профессиональными и социальными группами при выполнении своих

профессиональных обязанностей;

5. Освоить профессионально-этические ценности управленческой деятельности, а также общие принципы служебного поведения;

6. Усвоить этические нормы взаимодействия с различными органами власти и контроля;

7. Овладеть правилами и принципами формирования морально-этического климата в рабочем коллективе.

3. Объем учебной дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий, текущий и промежуточный контроль по дисциплине) и на самостоятельную работу обучающихся

Вид учебной работы	5 семестр
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	5
часов	180
Аудиторная (контактная) работа, часов	108
в т.ч. занятия лекционного типа	48
занятия семинарского типа	61,75
промежуточная аттестация	0,25
Самостоятельная работа обучающихся, часов	63
Контроль	9
Вид промежуточной аттестации	экзамен

4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Код компетенции
	всего	в том числе		
		аудиторной (контактной) работы	самостоятельной работы	
Раздел 1. Служебная этика как учебная дисциплина. Особенности профессиональной этики в индустрии туризма	24	14	10	ОПК-3
Раздел 2. Система нравственных отношений в профессиональной деятельности	30	20	10	
Раздел 3. Профессионально-этические ценности	36	26	10	
Раздел 4. Общие принципы служебного поведения	36	26	10	
Раздел 5. Профессионально-этические кодексы этикет и культура в индустрии туризма	24	14	10	
Раздел 6. Этикет в коммуникациях. Имидж работника	30	16,75	13	
Итого за семестр	180	107,75	63	
Промежуточная аттестация	9	0,25	-	
ИТОГО по дисциплине	180	108	63	

4.2 Содержание дисциплины по разделам

Раздел 1. Служебная этика как учебная дисциплина. Особенности профессиональной этики в индустрии туризма

Перечень учебных элементов раздела:

- 1.1 Природа и сущность этики. Тезаурус. Этика, мораль, нравственность;
- 1.2 Развитие этики в период античности и средневековья;
- 1.3 Развитие этики с середины XVII века по настоящее время;
- 1.4 Особенности служебной этики в индустрии туризма.

Раздел 2. Система нравственных отношений в профессиональной деятельности

Перечень учебных элементов раздела:

- 2.1 Нравственные принципы служебного поведения: служение обществу и государству, принципы законности и гуманизма;
- 2.2 Нравственные принципы служебного поведения: принципы ответственности, справедливости, лояльности, политической нейтральности, честности и неподкупности;
- 2.3 Учет нравственных требований в профессиональной деятельности.

Раздел 3. Профессионально-этические ценности

Перечень учебных элементов раздела:

- 3.1 Понятие и содержание профессиональной этики;
- 3.2 Основные заповеди этикета по Джен Ягер и их актуальность для современной России;
- 3.3 Ценности, принципы, нормы и категории профессиональной этики;
- 3.4 Механизмы обеспечения соблюдения работниками требований профессиональной этики и правил служебного поведения.

Раздел 4. Общие принципы служебного поведения

Перечень учебных элементов раздела:

- 4.1 Моральный аспект аномалий служебного поведения;
- 4.2 Специфика и содержание конфликтов в профессиональной деятельности;
- 4.3 Нравственно-негативная роль бюрократизма и моральный аспект коррупции, моральная ущербность карьеризма;
- 4.4 Использование отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере оказания туристских услуг.

Раздел 5. Профессионально-этические кодексы. Этикет и культура в индустрии туризма

Перечень учебных элементов раздела:

- 5.1 Профессиональные этические кодексы;
- 5.2 Морально-этический выбор;
- 5.3 Этикет и культура. Специфика современного этикета деловых отношений
- 5.4 Этнокультурные особенности делового этикета

Раздел 6. Этикет в коммуникациях. Имидж работника

Перечень учебных элементов раздела:

- 6.1 Техника публичных выступлений. Речевой этикет и этикет служебной переписки. Правописание числительных, правила ударений в словах;
- 6.2 Межличностные отношения в управленческом общении. Стили руководства. Этика служебных отношений;
- 6.3 Правила телефонных переговоров, деловой переписки, информационная безопасность, правила поведения в мессенджерах и соцсетях. Особенности

проведения совещаний;

6.4 Имидж: внешний вид, прием посетителей. Основные правила приветствия, вручения и получения подарков, оформления визитки.

5. Оценочные материалы по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине представлены в виде фонда оценочных средств.

6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1 Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания, количество страниц, режим доступа
1	<p>к.п.н., доцент Михалкина Е.Г./ Видеолекции/ Платформа RUTUBE/ Университет Вернадского/ 2025 год</p> <p>Ссылки на просмотр цикла видеоуроков модуль 1 Этика государственной и муниципальной службы как учебная дисциплина. Система нравственных отношений государственного (муниципального) служащего:</p> <ol style="list-style-type: none">1. <u>Природа и сущность этики. Тезаурус. Этика, мораль, нравственность</u>2. <u>Развитие этики в период античности и средневековья</u>3. <u>Развитие этики с середины XVII века по настоящее время</u>4. <u>Нравственные принципы служебного поведения: служение обществу и государству, принципы законности и гуманизма</u>5. <u>Нравственные принципы служебного поведения: принципы ответственности, справедливости, лояльности, политической нейтральности, честности и неподкупности</u>6. <u>Учет нравственных требований в работе с государственными и муниципальными служащими</u>
2	<p>к.п.н., доцент Михалкина Е.Г. Видеолекции Платформа RUTUB Университет Вернадского/ 2025 год</p> <p>Ссылки на просмотр цикла видеоуроков модуль 2 Профессионально-этические ценности государственной (муниципальной) службы. Общие принципы служебного поведения государственных служащих:</p> <ol style="list-style-type: none">7. <u>Понятие и содержание профессиональной этики. Основные заповеди этикета по Джен Ягер и их актуальность для современной России</u>8. <u>Ценности, принципы, нормы и категории профессиональной этики</u>9. <u>Механизмы обеспечения соблюдения государственными и муниципальными служащими требований профессиональной этики и правил служебного поведения</u>10. <u>Моральный аспект аномалий государственной и муниципальной службы</u>11. <u>Специфика и содержание конфликтов на государственной гражданской и муниципальной службе</u>12. <u>Нравственно-негативная роль бюрократизма и моральный аспект коррупции, моральная ущербность карьеризма</u>13. <u>Использование отечественного и мирового опыта в решении этических проблем в сфере государственной и муниципальной службы в современных российских условиях</u>

3	<p>к.п.н., доцент Михалкина Е.Г. Видеолекции Платформа RUTUB Университет Вернадского/ 2025 год</p> <p>Ссылки на просмотр цикла видеоуроков модуль 3 Профессионально-этические кодексы государственных гражданских и муниципальных служащих. Этикет и имидж государственного (муниципального) служащего:</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. Профессиональные этические кодексы. Морально-этический выбор 15. Этикет и культура. Специфика современного этикета деловых отношений 16. Этнокультурные особенности делового этикета на государственной и муниципальной службе 17. Техника публичных выступлений. Речевой этикет и этикет служебной переписки. Правописание числительных, правила ударений в словах 18. Межличностные отношения в управленческом общении. Стили руководства. Этика служебных отношений 19. Правила телефонных переговоров, деловой переписки, информационная безопасность, правила поведения в мессенджерах и соцсетях. Особенности проведения совещаний 20. Имидж государственного и муниципального служащего: внешний вид, прием посетителей. Основные правила приветствия, вручения и получения подарков, оформления визитки
---	--

6.2 Перечень учебных изданий, необходимых для освоения дисциплины *

Основная литература:

1. Алексина, Т. А. Деловая этика : учебник для вузов / Т. А. Алексина. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06659-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/598447>
2. Чернышова, Л. И. Этика, культура и этикет делового общения : учебник для вузов / Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 158 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16621-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/561128>
3. Шувалова, Н. Н. Этика и этикет государственной и муниципальной службы : учебник и практикум для вузов / Н. Н. Шувалова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 368 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15803-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/536482>

Дополнительная литература:

4. Жернакова, М. Б. Деловые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. Б. Жернакова, И. А. Румянцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 319 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16604-0. — URL : <https://urait.ru/bcode/582883>
5. Кафтан, В. В. Деловая этика : учебник и практикум для вузов / В. В. Кафтан, Л. И. Чернышова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 299 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17979-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/583257>
6. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение : учебник и практикум для вузов / А. П. Панфилова, А. В. Долматов. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 488 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16685-9. — URL : <https://urait.ru/bcode/589285>

6.3 Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы и лицензионное программное обеспечение

Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, цифровые электронные библиотеки и другие электронные образовательные ресурсы

1. Договор о подключении к Национальной электронной библиотеке и предоставлении доступа к объектам Национальной электронной библиотеки №101/НЭБ/0502-п от 26.02.2020 5 лет с пролонгацией
2. Соглашение о бесплатном тестовом доступе к Polpred.com. Обзор СМИ 27.04.2016 бессрочно
3. Соглашение о бесплатном тестовом доступе к Polpred.com. Обзор СМИ 02.03.2020 бессрочно
4. Информационно-справочная система «Гарант» – URL: <https://www.garant.ru/>
Информационно-справочная система Лицензионный договор № 261709/ОП-2 от 25.06.2021
5. «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/> свободный доступ
6. Электронно-библиотечная система AgriLib <http://ebs.rgunh.ru/> (свидетельство о государственной регистрации базы данных №2014620472 от 21.03.2014).

Доступ к электронной информационно-образовательной среде, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Система дистанционного обучения Moodle www.portfolio.rgunh.ru (свободно распространяемое)
2. Право использования программ для ЭВМ Mirapolis HCM в составе функциональных блоков и модулей: Виртуальная комната.
3. Инновационная система тестирования – программное обеспечение на платформе 1С (Договор № К/06/03 от 13.06.2017). Бессрочный.
4. Образовательный интернет – портал Университета Вернадского (свидетельство о регистрации средства массовой информации Эл № ФС77-51402 от 19.10.2012).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. OpenOffice – свободный пакет офисных приложений (свободно распространяемое)
2. linuxmint.com <https://linuxmint.com/> (свободно распространяемое)
3. Электронно-библиотечная система AgriLib <http://ebs.rgunh.ru/> (свидетельство о государственной регистрации базы данных №2014620472 от 21.03.2014) собственность университета.
4. Официальная страница ФГБОУ ВО МСХ РФ «Российский государственный университет народного хозяйства имени В.И. Вернадского» <https://vk.com/rgunh.ru> (свободно распространяемое)
5. Портал ФГБОУ ВО МСХ РФ «Российский государственный университет народного хозяйства имени В.И. Вернадского» (свободно распространяемое) <https://zen.yandex.ru/id/5fd0b44cc8ed19418871dc31>
6. Антивирусное программное обеспечение Dr. WEB Desktop Security Suite (Сублицензионный договор №13740 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ от 01.07.2021).

а. Перечень учебных аудиторий, оборудования и технических средств обучения

<p>Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (поточная). Специализированная мебель, доска меловая, мультимедийное оборудование, проектор, экран настенный</p>	<p>143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д.50, каб. 129 Площадь помещения 118,1 кв.м № по технической инвентаризации 140, этаж 1</p>
<p>Учебная аудитория для занятий лекционного типа, семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы), для проведения групповых консультаций и индивидуальной</p>	<p>143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д. 50, каб. 125 Площадь помещения 51,6 кв.м</p>

<p>работы обучавшихся с педагогическими работниками, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная мебель, доска меловая. Мультимедийное оборудование, проектор, экран настенный</p>	<p>№ по технической инвентаризации 136, этаж 1</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы. Персональные компьютеры в сборке с выходом в интернет.</p>	<p>143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д. 50, читальный зал Площадь помещения 497,4 кв. м. № по технической инвентаризации 177, этаж 1</p>
<p>Помещение для самостоятельной работы. Специализированная мебель, персональные компьютеры в сборке с выходом в интернет.</p>	<p>143900, Московская область, г. Балашиха, ул. Юлиуса Фучика д.1, каб. 320 Площадь помещения 49,7 кв. м. № по технической инвентаризации 313, этаж 3</p>
<p>Учебная аудитория для учебных занятий обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ. Специализированная мебель. Автоматизированное рабочее место для инвалидов-колясочников с коррекционной техникой и индукционной системой ЭлСис 290; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей со стационарным видеоувеличителем ЭлСис 29 ON; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей с портативным видеоувеличителем ЭлСис 207 CF; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей с читающей машиной ЭлСис 207 CN; Аппаратный комплекс с функцией видеоувеличения и чтения для слабовидящих и незрячих пользователей ЭлСис 207 OS.</p>	<p>143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д. 50, каб. 105 Площадь помещения 52,8 кв. м. № по технической инвентаризации 116, этаж 1</p>

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО
ХОЗЯЙСТВА ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»**
(Университет Вернадского)

Кафедра Территориального управления и планирования

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и
промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Служебная этика

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) программы Предпринимательство в индустрии
туризма

Квалификация: бакалавр 43.03.02 Туризм

Форма обучения очная

Балашиха 2026 г.

1. Описание показателей и критериев оценивания планируемых результатов обучения по учебной дисциплине

Код и наименование компетенции	Уровень освоения	Индикатор сформированности компетенции Планируемые результаты обучения
ОПК–3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Пороговый (удовлетворительно)*	<p>Знает нормы и правила служебной этики в рамках системы менеджмента качества в индустрии туризма, технологии обеспечения качества оказания туристских услуг; принципы и нормы служебной этики в подразделениях предприятий, оказывающих туристские услуги; научные теории служебной этики в индустрии туризма</p> <p>Умеет применять этические кодексы и правила этикета при взаимодействии с различными социальными и профессиональными группами; использовать принципы и нормы служебной этики при осуществлении профессиональной деятельности в индустрии внутреннего и внешнего туризма, а также в подразделениях предприятий, оказывающих туристские услуги; формировать в подразделениях предприятий сферы туризма нормальный морально-этический климат в отношении клиентов, коллег и партнеров по бизнесу</p> <p>Владеет умением использовать в профессиональной деятельности нормы служебной этики и этикета; принципами и нормами профессиональной этики; навыками и опытом соблюдения этических норм, принципов и правил служебного этикета при выполнении профессиональных обязанностей</p>
	Продвинутый (хорошо)	<p>Твердо знает: нормы и правила служебной этики в рамках системы менеджмента качества в индустрии туризма, технологии обеспечения качества оказания туристских услуг; принципы и нормы служебной этики в подразделениях предприятий, оказывающих туристские услуги; научные теории служебной этики в индустрии туризма</p> <p>Уверенно умеет: применять этические кодексы и правила этикета при взаимодействии с различными социальными и профессиональными группами; использовать принципы и нормы служебной этики при осуществлении профессиональной деятельности в индустрии внутреннего и внешнего туризма, а также в подразделениях предприятий, оказывающих туристские услуги; формировать в подразделениях предприятий сферы туризма нормальный морально-этический климат в отношении клиентов, коллег и партнеров по бизнесу</p> <p>Уверенно владеет: умением использовать в профессиональной деятельности нормы служебной этики и этикета; принципами и нормами профессиональной этики; навыками и опытом соблюдения этических норм, принципов и правил служебного этикета при выполнении профессиональных обязанностей</p>
	Высокий (отлично)	<p>Сформировавшиеся систематические знания: нормы и правила служебной этики в рамках системы менеджмента качества в индустрии туризма, технологии обеспечения качества оказания туристских услуг; принципы и нормы служебной этики в подразделениях предприятий, оказывающих туристские услуги; научные теории служебной этики в индустрии туризма</p> <p>Сформировавшееся систематическое умение: применять этические кодексы и правила этикета при взаимодействии с различными социальными и профессиональными группами; использовать принципы и нормы служебной этики при</p>

		<p>осуществлении профессиональной деятельности в индустрии внутреннего и внешнего туризма, а также в подразделениях предприятий, оказывающих туристские услуги; формировать в подразделениях предприятий сферы туризма нормальный морально-этический климат в отношении клиентов, коллег и партнеров по бизнесу</p> <p>Сформировавшееся систематическое владение: умением использовать в профессиональной деятельности нормы служебной этики и этикета; принципами и нормами профессиональной этики; навыками и опытом соблюдения этических норм, принципов и правил служебного этикета при выполнении профессиональных обязанностей</p>
--	--	---

* Студенты, показавшие уровень усвоения ниже порогового, не допускаются к промежуточной аттестации по дисциплине.

2. Описание шкал оценивания

2.1 Шкала оценивания на этапе текущего контроля

Форма текущего контроля	Отсутствие усвоения (ниже порогового) *	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение реферата/ доклада	не выполнен*	Цель и задачи реферата/ доклада достигнуты частично. Актуальность темы реферата определена неубедительно. В реферате выявлены значительные отклонения от требований методических указаний.	Цель и задачи выполнения реферата/ доклада достигнуты. Актуальность темы реферата подтверждена. Реферат выполнен с незначительными отклонениями от требований методических указаний.	Цель написания реферата/ доклада достигнута, задачи решены. Актуальность темы исследования корректно и полно обоснована. Реферат выполнен согласно требованиям.
Решение кейсов – ситуационных задач	не выполнены или более 50% заданий решены неправильно*	Решено более 50% заданий, но менее 70%	Решено более 70% заданий, но есть ошибки	все задания решены без ошибок
Ответы на контрольные вопросы на семинарах **	в семинарах не участвовал не отвечал, или ответил верно менее, чем на 50% заданных вопросов *	активной позиции на семинаре не выражал, отвечал на более 50% заданных вопросов, но менее 70%	активно участвовал в обсуждении, отвечал на более 70% вопросов, но были ошибки	активно участвовал в обсуждении, все ответы на заданные вопросы были верными

* Студенты, показавшие уровень усвоения ниже порогового, не допускаются к промежуточной аттестации по дисциплине.

** В процессе изучения дисциплины на семинарских занятиях каждому студенту в общей сложности задается от 3 до 5 вопросов.

2.2 Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации (в виде итогового теста)

Форма промежуточной аттестации	Отсутствие усвоения (ниже порогового)	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
--------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------	----------------------	-------------------

Выполнение итоговых тестов (не менее 15 вопросов на вариант)	Менее 51%	51-79%	80-90%	91% и более
--	-----------	--------	--------	-------------

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Примерные вопросы текущего контроля успеваемости на семинарах (практических занятиях)

1. **«Овербукинг» как бизнес-модель:** раскройте этическую подоплеку практики продажи мест в отеле/на рейс сверх лимита. Является ли овербукинг допустимой стратегией доходности или формой обмана потребителя? Какой компромисс предлагает европейское законодательство (Regulation 261/2004)?
2. **Конфликт «клиент всегда прав» или «предприниматель не раб»:** где этическая граница поведения турагента при встрече с неадекватным, унижающим или опасным поведением туриста? Имеет ли право турфирма внести клиента в «черный список» и отказать в обслуживании?
3. **Сериал «Белый лотос» и реальность:** как этично управлять отелем в стране с низким уровнем доходов, не скатываясь в неокOLONIALISM (низкие зарплаты местным, уничижительное отношение к персоналу, культурная апроприация)?
4. **Экологический след (углеродный след) туристического бизнеса:** должен ли предприниматель в туризме взимать с клиента экологический сбор (например, за перелет) и направлять его на компенсацию? Является ли это честной практикой или «зеленой» накруткой, если нет прозрачного отчета?
5. **Этика «скрытых платежей» и неявных комиссий:** правомерно ли скрывать в «подвале» сайта информацию о курортном сборе, сервисном сборе отеля или обязательных чаевых? Где грань между недопониманием и мошенничеством?
6. **Фейковые отзывы и накрутка рейтингов:** какова этическая ответственность туристического предпринимателя перед конкурентами и потребителями за заказ «положительных» отзывов на Booking/TripAdvisor или заказ негатива на отель конкурента?
7. **Доступный туризм (туризм для людей с инвалидностью):** является ли неадаптированность туристического продукта (отсутствие пандусов, крупного шрифта, визуальных подсказок) дискриминацией по этическим и юридическим нормам? Имеет ли малый бизнес право ссылаться на дороговизну?
8. **Культурное уважение или коммерциализация:** этично ли организовывать туры в закрытые этнические деревни, на церемонии коренных народов или в священные места, если это разрушает аутентичный уклад, но приносит доход местным? Где находится та самая «золотая середина»?
9. **Этика форс-мажора (пандемия, отмена рейсов):** каковы были этические ошибки туроператоров при возврате средств за туры в 2020–2022 гг. (ваучеры или живые деньги)? Что должен включать «этичный план Б» в договоре оферты?
10. **Ответственность за «инстаграм-туризм»:** должен ли предприниматель брать на себя этическую ответственность за поведение туристов, которые вытаптывают поля лаванды ради фото, лезут в опасные локации и потом требуют спасения за счет местного бюджета?

Примерные темы рефератов

1. **Этический кодекс Всемирной туристской организации (UNWTO):** сравнительный анализ статей Кодекса с типовыми правилами российского туроператора (на примере 3 компаний разных размеров).
2. **История краха туроператора «Натали Турс» (2014):** роль этического фактора (финансовые пирамиды внутри, уход от ответственности) и уроки для современных предпринимателей.
3. **Овербукинг и bumping в авиации:** этический анализ случая с пассажиром доктором Дао (United Airlines, 2017). Как законодательство РФ регулирует эту ситуацию, и почему власть туриста в России слабее?
4. **Greenwashing в туризме:** диагностика этичности «зеленых» отелей. Критерии настоящего экологического сертификата (Green Key, LEED) или маркетинговые наклейки «мы заботимся о природе».
5. **Этика конкуренции между малыми турфирмами и агрегаторами (Travelata, Level.Travel):** демпинг, переманивание клиентов «бесплатными консультациями» и практика разрыва договоров без неустойки.
6. **Сексуальная эксплуатация детей в туризме:** обязанности предпринимателя по выявлению подозрительных ситуаций (кейс «Детская проституция в Таиланде»). Работа горячих линий и ЕСАТ (Кодекс поведения по защите детей).
7. **Пожертвования или гаджеты:** этика миссионерских и волонтерских туров: анализ критики «белых спасателей» (white savior complex) и этически грамотные формы помощи местным сообществам.
8. **Инклюзивный туризм в РФ:** юридические и этические аспекты: почему отельеры не ставят пандусы, и как малый бизнес может решить эту проблему без банкротства (прокат оборудования, партнерства с НКО).
9. **Этика гида-переводчика:** особые нормы (не флиртовать с туристами, не брать «откаты» от магазинов, не искажать исторические факты в угоду сентиментальности). Анализ профстандарта «Гид-переводчик».
10. **Животные в туризме:** этика катания на слонах, плавания с дельфинами и фото с тигрятами: Борьба с аттракционами, которые мучают животных, и этическая альтернатива (observation sanctuaries). Примеры стран, запретивших практики.

Примерные темы докладов

1. **Кейс «Меня повысили в классе отеля без спроса»:** вы – владелец турфирмы. Поставщик (отель) бесплатно повысил семью туристов с 3* до 5* без их ведома, а теперь выставляет вам счет за доплату (разница в цене). Туристы счастливы и не хотят платить. Как поступить этично по отношению к туристам и к поставщику?
2. **Неотразимый демпинг соседа:** конкурирующее агентство продает аналогичный тур в Турцию на 15% дешевле, но вы знаете, что они экономят на страховке и трансфере (нелегальные таксисты без лицензии). Должны ли вы сообщить об этом ассоциации туроператоров или полиции? Это «борьба за чистоту рынка» или «крысятничество»?
3. **Свадебный тур и внезапный развод:** за 3 дня до вылета пара разводится. Один из них требует деньги за тур обратно (он платил), второй – настаивает, что это подарок. Никаких договоренностей не было. Ваше этическое решение как посредника? (Юридически – вы не обязаны разбираться, но репутационно?)
4. **Скандал в отеле Egeia (Турция, реальный кейс 2023):** гид подговорил группу написать ложные жалобы на отель, чтобы получить компенсацию от принимающей компании. Что должен сделать предприниматель (российский туроператор), обнаружив фейк со стороны своего сотрудника?
5. **«Пьяный дебош на борту»:** вам звонит турист из Турции и просит помочь вернуть его друга (потерял паспорт, будучи в стельку пьяным). Друг избил местного

полицейского. Этично ли использовать «блат» через местного партнера-адвоката или надо по закону (судить)? Ваш выбор между помощью «своему» и уважением к местному праву.

6. **Этичная реклама тура: как обещать и не обманывать?** Составьте 5 принципов этичного поста в Instagram для тура «Алтай мистический» (не выдавать домыслы за факты, честно писать про комаров, длительность переходов и реальную вероятность увидеть шамана).

7. **Должен ли туроператор отказать клиенту-блогеру с 2 млн подписчиков, который требует полный компенс (проживание, перелет) в обмен на «пиар»?** Является ли бартер договоренностью о скрытой рекламе без налогов? Аргументы за и против.

8. **Дресс-код и уважение к месту:** как этично объяснить клиентке в мини-бикини, что входить в православный монастырь или мечеть в таком виде нельзя (особенно если она заплатила за экскурсию)? Разработайте скрипт разговора.

9. **Фейковые «скидки по акции» в high season:** стоит ли накручивать базовую цену на 30% за месяц до акции, чтобы потом честно дать «скидку 30%»? Анализ этичности динамического ценообразования с точки зрения потребительского обмана.

10. **«Турист потерялся в джунглях»:** вы организовали индивидуальный тур. Клиент проигнорировал инструктаж техники безопасности, пошел без гида и заблудился. Кто платит за поисковую операцию (вертолет, спасатели)? Этично ли выставлять счет родственникам или перекладывать на государство?

Методические пояснения:

Параметр	Реферат	Доклад
Объём	15–20 стр. (без приложений)	10–12 слайдов + выступление 7–10 мин
Фокус	Историография, сравнение школ, критический анализ литературы, формулирование собственной исследовательской позиции	Применение моделей к кейсам, демонстрация инструментов/алгоритмов, визуализация данных, ответы на вопросы аудитории
Критерии оценивания	Глубина проработки источников, корректность цитирования, логика аргументации, научный стиль, новизна выводов	Структурированность, практическая ценность, качество визуализации, владение материалом, коммуникационная эффективность
Рекомендуемые источники	Монографии, рецензируемые журналы (Scopus/WoS/BAK), архивные материалы, исторические обзоры	Harvard Business Review, McKinsey Quarterly, кейсы компаний, отраслевые отчёты, материалы конференций, практические гайдлайны

Примерные практико-ориентированные задания (Кейсы)

Кейс №1. «Вилла с видом на стройку: скрытая материальная информация»

Ситуация:

Вы – владелец небольшого туристического агентства, специализирующегося на элитном отдыхе в Сочи. За полгода до сезона вы забронировали для постоянного VIP-клиента (платит на 30% дороже рынка) виллу за 500 000 руб./неделя с прямым видом на море. За две недели до заезда вы узнаете, что прямо перед виллой началось строительство многоэтажного ЖК «Морской бриз» – стройка в 50 метрах, техника работает с 7 утра до 23 вечера, вида на море больше нет (строительные леса и кран). Ваш контракт с отелем (поставщиком) не предусматривает возврат денег в одностороннем порядке. Отель говорит: «Стройка – не наша территория, это форс-мажор? Нет, мы не возвращаем». У вас есть выбор:

Ничего не говорить клиенту, надеясь, что он «стерпит», получить свои 500 000, но потерять клиента навсегда.

Сообщить клиенту правду, предложить альтернативу (вилла подороже – 650 000 руб. в другом месте) с доплатой разницы из своего кармана (150 000), полностью потеряв прибыль с этой сделки (а она составляет вашу квартальную премию).

Расторгнуть договор с отелем в судебном порядке, но это месяцы и потеря репутации.

Вопросы для решения (4 вопроса):

1. Юридическая квалификация «существенного изменения обстоятельств»: является ли появление стройки с шумом и отсутствием вида на море основанием для расторжения договора с отелем по ст. 451 ГК РФ («Существенное изменение обстоятельств»)? Есть ли судебная практика по туристическим услугам в таких случаях?

2. Этическая обязанность раскрытия информации (duty of disclosure): нарушаете ли вы ст. 10 Закона «Об основах туристской деятельности» (№ 132-ФЗ), если умолчите о стройке, ведь в договоре между агентом и клиентом, скорее всего, есть пункт «агент предоставляет полную и достоверную информацию»? Какие последствия для вас как предпринимателя (штрафы, иски)?

3. Репутационная математика: клиент тратит у вас 2 млн руб. в год на туры. Текущая сделка приносит вам 150 000 руб. прибыли. Если вы его потеряете – вычтите из будущих доходов 2 млн. Этично ли отказаться от предложения доплатить 150 000 руб. из своего кармана, если у вас нет уверенности, что клиент останется на следующий год? Как просчитать этику через долгосрочную ценность клиента (LTV)?

4. Ваше итоговое решение (план из трех шагов): опишите, как вы поступите за 14 дней до заезда. Выберите один из вариантов или предложите свой:

А. Честно предупредить клиента, предложить альтернативу с доплатой разницы 50/50 (вы берете половину, клиент – половину). Текст сообщения.

Б. Сделать вид, что не знали сами, и сослаться на отель, предложив клиенту бороться с отелем самостоятельно (этично ли перекладывать проблему?).

В. Найти другого клиента «в последний момент» на эту виллу по сниженной цене (скидка 30%) и потерять только 50 000 руб., а VIP-клиенту продать другую виллу без стройки, но дороже.

Кейс №2. «Гид-экскурсовод и "обязательный" магазин янтаря»

Ситуация:

Вы – предприниматель, владелец сети экскурсионных бюро в Калининграде. Один из ваших лучших гидов (работает 5 лет, отличные отзывы) проводит групповую экскурсию на Куршскую косу. После завершения основной программы он «порекомендовал» группе заехать в магазин янтарных украшений «Балтийский сувенир», где настоял, что это «единственный сертифицированный магазин с лучшими ценами». Позже выясняется, что:

– Гид получает от этого магазина откат в размере 30% от каждой покупки (что является нарушением вашего внутреннего кодекса и договора с гидом).

– Туристы купили там товаров на 400 000 руб., но на рынке выяснили, что такой же янтарь стоит в три раза дешевле в другом месте (магазин завысил цены специально под «группу туристов»).

– Туристы требуют от вас как от предпринимателя вернуть разницу (около 270 000 руб.) или грозятся жалобой в Роспотребнадзор, Министерство по туризму и плохими отзывами.

– Гид утверждает: «Это стандартная практика в индустрии, вы все знали, просто закрывали глаза».

Вопросы для решения (4 вопроса):

1. Юридическая ответственность предпринимателя за действия гида: отвечаете ли вы по закону за откаты своего сотрудника, если у вас нет письменного приказа «водить в магазины», но вы знали о практике (или должны были знать)? Какие статьи УК РФ (ст.

204 – коммерческий подкуп, ст. 159 – мошенничество) могут быть применимы к гиду и к вам (как к ИП)?

2. Этическая дилемма «крышевания»: можете ли вы публично заявить, что гид действовал без вашего ведома, уволить его и дистанцироваться, сохранив лицо бизнеса? Или вы как предприниматель несете полную репутационную ответственность за всех сотрудников, даже если не знали?

3. Конструктивная альтернатива откатам: как предприниматель, вы можете превратить эту проблему в этичную бизнес-модель: например, заключать официальный договор с магазинами на комиссию (10%), но при этом требовать от них справедливых цен и размещать в автобусе табличку «Турфирма получает комиссию». Согласятся ли туристы на это? Будет ли это этично или все равно обман?

4. Ваш алгоритм работы с конфликтом: опишите 4 последовательных шага, которые вы предпримете, узнав о ситуации:

- a) Что вы скажете туристам (конкретные слова извинения и предложения компенсации)?
- b) Как вы поступите с гидом (увольнение, вычет из зарплаты, прощение)?
- c) Как вы измените регламент работы всех экскурсоводов?
- d) Будете ли вы платить туристам 270 000 руб. из своего кармана или предложите что-то иное (например, бесплатную экскурсию в будущем)?

Кейс №3. «Блогер вместо спасателя: Instagram-трагедия в горах»

Ситуация:

Вы – предприниматель, организовавший платный трекинговый тур «Тропами Хея» (Домбай, КЧР) для группы из 8 человек. Стоимость тура 80 000 руб. с человека включает гида-инструктора, аренду снаряжения, страховку и трансфер. Один из участников – девушка-блогер с 500 000 подписчиков – категорически отказывается надевать каску и страховочную систему на сложном участке траверса, говоря: «Это портит мои фото, я буду выглядеть как чучело. Я опытная, не падаю». Ваш гид объясняет правила безопасности (подписан договор, где есть пункт о соблюдении техники безопасности), но блогер продолжает спорить и пишет в соцсетях, что ваша компания «ущемляет ее свободу» и «не уважает блогеров».

В какой-то момент гид отвлекся на другого туриста, блогер сняла каску и полезла на скалу без страховки за «идеальным кадром». Происходит срыв, падение с высоты 4 метра, перелом позвоночника (инвалидность).

Вызов спасателей, вертолет – огромные расходы (более 5 млн руб. по страховке, но страховка может не покрыть нарушение правил). Блогер угрожает вам судом, иском на 20 млн руб., а также «заказать» вас в соцсетях как убийцу.

Вопросы для решения (4 вопроса):

1. Распределение юридической ответственности (ваша или блогера): кто виноват по Гражданскому кодексу (ст. 1068 – ответственность юрлица за действия работника)? Будет ли суд считать, что гид проявил недостаточную заботу (должен был силой надеть каску или исключить блогера из группы до начала опасного участка)? Или блогер подписала договор и нарушила его сама, следовательно, вина 100% на ней?

2. Этическая дилемма «hard no или клиентоориентированность»: имели ли вы как предприниматель право выгнать блогера из группы до начала траверса, вернув ей деньги (80 000 руб.) и отправив обратно? Почему гид этого не сделал (боязнь негативных отзывов, потеря прибыли)? Как этически правильно поступить в будущем с подобными клиентами?

3. Управление репутационным кризисом: блогер запускает хештег #турфирмаубийца и собирает 2 млн просмотров. Ваши действия:

- a) Опубликовать полное видео с регистратора гида, где видно, что блогер сняла каску сама (это законно, но этично ли сливать видео человека с травмой?).
- b) Молчать и ждать суда.

с) Написать пост-извинение, но указать факты. Какой вариант этичен?

4. Ваша новая внутренняя политика безопасности: опишите три конкретных изменения в договоре и регламенте работы вашей компании после этого случая, которые помогут:

- a) Не допустить повторения.
- b) Сохранить человеческое достоинство проблемных туристов.
- c) Ограничить вашу юридическую ответственность.

