

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудрявцев М.Г. ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО

Образования, Министерства Сельского хозяйства Российской Федерации

«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

Экскурсионный менеджмент в индустрии туризма

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.э.н., Кульпиной Т.В.

Рецензент: Рецензент: к.э.н., доцент кафедры Территориального управления и планирования Кузьмина А.А.

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
Профессиональная компетенция	
ПК-2 Готов к реализации проектов в туристской индустрии	
<p>ПК-2.1 теоретические основы и технологию разработки, продвижения и реализации туристского продукта; основные положения нормативно-правовой базы разработки, продвижения и реализации туристского продукта и туристских услуг в РФ</p>	<p>Знать: теоретические основы разработки, продвижения и реализации туристского продукта, в т.ч. экскурсионных программ; технологию создания экскурсионного продукта; основные нормативно-правовые акты РФ, регулирующие туристскую и экскурсионную деятельность; требования к оформлению и предоставлению экскурсионных услуг; базовые инструменты маркетинга для продвижения экскурсионных продуктов.</p> <p>Уметь: разрабатывать экскурсионные программы с учётом целевой аудитории и ресурсного потенциала территории; применять нормативно-правовые нормы при формировании экскурсионных услуг; использовать маркетинговые инструменты для продвижения экскурсий (онлайн-платформы, соцсети, коллаборации с туроператорами); рассчитывать стоимость экскурсионного обслуживания и формировать пакет услуг; анализировать спрос и корректировать экскурсионные предложения на основе обратной связи от туристов.</p> <p>Владеть: навыками проектирования и внедрения экскурсионных продуктов; опытом продвижения экскурсионных услуг через цифровые каналы и партнёрские сети; методиками ценообразования и калькуляции затрат на организацию экскурсий; инструментами анализа целевой аудитории и оценки конкурентоспособности экскурсионных предложений; навыками работы с документацией в соответствии с законодательством РФ; практическими приёмами адаптации экскурсионного продукта к сезонности и запросам разных категорий туристов.</p>
<p>ПК-2.2 использовать знания об основных этапах и технологиях разработки, продвижения и реализации турпродукта и туристских услуг при организации, реализации и обеспечении контроля профессиональной деятельности в туристской индустрии; формировать и реализовывать</p>	<p>Знать: основные этапы и технологии разработки, продвижения и реализации турпродукта (в т.ч. экскурсионных программ); методы поиска и анализа информации о рынке экскурсионных услуг; ключевые параметры конкурентоспособности туристских продуктов (цена, уникальность, качество обслуживания, доступность); нормативно-правовые основы организации экскурсионной деятельности в РФ; инструменты контроля качества реализации экскурсионных услуг.</p>

<p>программу поиска и изучения источников информации с целью определения основных параметров конкурентоспособности</p>	<p>Уметь: применять технологии разработки и продвижения экскурсионных продуктов в профессиональной деятельности; планировать и контролировать этапы реализации экскурсионных программ; собирать и анализировать данные о конкурентах, спросе и трендах на рынке экскурсий; выявлять конкурентные преимущества экскурсионных предложений; адаптировать экскурсионные программы под потребности целевой аудитории; использовать результаты анализа для корректировки экскурсионного продукта и повышения его конкурентоспособности.</p>
	<p>Владеть: навыками организации и контроля всех этапов жизненного цикла экскурсионного продукта; методиками поиска, систематизации и интерпретации информации для оценки конкурентоспособности; инструментами маркетингового анализа применительно к экскурсионным услугам; опытом разработки и внедрения мер по повышению конкурентоспособности экскурсионных программ; практическими навыками формирования информационных баз данных и использования их для принятия управленческих решений в экскурсионном менеджменте.</p>
<p>ПК-2.3 навыками и опытом анализа, оценки, организации деятельности по продвижению и реализации туристского продукта и туристских услуг посредством разных каналов сбыта; оценки комплектности и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного турпродукта; формирования на основе принципов планирования и прогнозирования программ развития туристской индустрии. Навыками и опытом: продвижения и реализации туристского продукта в том числе на основе современных информационно коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста; организации продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг; ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по</p>	<p>Знать: основные каналы сбыта и методы продвижения туристских и экскурсионных продуктов; нормы документационного оформления реализации турпродукта (договоры, программы экскурсий, отчёты); принципы планирования и прогнозирования развития туристской индустрии; особенности учёта индивидуальных и специальных требований туристов; алгоритмы организации продаж и ведения переговоров с партнёрами в сфере экскурсионного обслуживания.</p>
	<p>Уметь: продвигать и реализовывать экскурсионные продукты через разные каналы сбыта; оценивать комплектность и соответствие документации нормативам; анализировать эффективность каналов продаж и маркетинговых кампаний в экскурсионном менеджменте; формировать программы развития экскурсионной деятельности на основе прогнозов спроса и рыночных трендов; вести переговоры с партнёрами (музеями, гидами, транспортными компаниями), согласовывать условия сотрудничества; адаптировать экскурсионные предложения под запросы разных категорий туристов (дети, люди с ОВЗ, иностранные гости и т.д.).</p>
	<p>Владеть: навыками организации продаж экскурсионных услуг и отдельных компонентов турпродукта; опытом продвижения экскурсий с применением цифровых инструментов; методиками оценки и повышения эффективности каналов сбыта и</p>

реализации продуктов	туристских	маркетинговых активностей; приёмами ведения деловых переговоров и заключения партнёрских соглашений; навыками подготовки и проверки комплектности договорной и сопроводительной документации; практическими навыками разработки программ развития экскурсионного направления с учётом рыночных трендов, сезонности и потребностей целевой аудитории; инструментами мониторинга удовлетворённости клиентов и работы с обратной связью для совершенствования экскурсионных программ.
-------------------------	------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

2. Цели и место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Экскурсионный менеджмент в индустрии туризма» относится к вариативной части образовательной программы высшего образования 43.03.02 Туризм, профиль Предпринимательство в индустрии туризма

Цель: Освоение дисциплины «Экскурсионный менеджмент в индустрии туризма» являются формирование знаний, умений и навыков, необходимых для управления экскурсионной деятельностью на туристических предприятиях всех видов и форм, в организациях и учреждениях туристической индустрии.

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

Очная форма обучения

Вид учебной работы	семестр, 1 курс
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	4
часов	144
Аудиторная (контактная) работа, часов	80
в т.ч. занятия лекционного типа	40
занятия семинарского типа	40
промежуточная аттестация	-
Самостоятельная работа обучающихся, часов	60
Контроль	4
Вид промежуточной аттестации	зачёт

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	4 курс
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	3
часов	108
Аудиторная (контактная) работа, часов	12,25
в т.ч. занятия лекционного типа	6
занятия семинарского типа	6
промежуточная аттестация	0,25
Самостоятельная работа обучающихся, часов	91,75
Контроль	4

Вид промежуточной аттестации	зачёт
------------------------------	-------

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

Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Код компетенции
	всего	в том числе		
		аудиторной (контактной) работы	самостоятельной работы	
Раздел 1. Становление экскурсионного менеджмента в индустрии туризма	40	20	20	ПК-2
Раздел 2. Практические подходы к становлению экскурсионного управления в индустрии туризма	100	60	40	
Итого за семестр	140	80	60	
Промежуточная аттестация	4	-	-	
ИТОГО по дисциплине	144	80	60	

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Код компетенции
	всего	в том числе		
		аудиторной (контактной) работы	самостоятельной работы	
Раздел 1. Становление экскурсионного менеджмента в индустрии туризма	32	2	30	ПК-2
Раздел 2. Практические подходы к становлению экскурсионного управления в индустрии туризма	71,75	10	61,75	
Итого за семестр	103,7	12	91,75	
Промежуточная аттестация	4	0,25		
ИТОГО по дисциплине	108	12,25	91,75	

4.2 Содержание дисциплины по разделам

Раздел 1. Становление экскурсионного менеджмента в индустрии туризма

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Развитие экскурсионного дела в России Развитие экскурсионного дела. Влияние отечественной культуры на развитие экскурсионного дела в России. Этапы развития экскурсионного дела. Создание первых объектов массового туристско-экскурсионного посещения в России: музеи, выставочные залы и пр. Первые организационные формы экскурсионной работы в России в XVII-XIX вв. Экскурсионная работа в первой половине XX века. Экскурсионная работа в 20-е – 30-е годы. Экскурсионная деятельность в послевоенный период и вплоть до конца 80-х годов прошлого столетия, проводимая ведущими туристско-экскурсионными организациями. Развития экскурсионной деятельности на современном этапе. Роль экскурсии в

туристской деятельности. Сущность экскурсии, его функции, признаки и классификация. Требования к экскурсии. Экскурсионный процесс, его содержание. Экскурсия как туристская услуга. Современное состояние рынка экскурсионных услуг в России.

Тема 2 Экскурсионный менеджмент Роль и особенности менеджмента в сфере экскурсионной деятельности. Цель и задачи экскурсионного менеджмента. Организации, занимающиеся экскурсионным обслуживанием населения. Экскурсионные фирмы на рынке международного туризма. Структура экскурсионной фирмы. Деятельность экскурсионных предприятий и экскурсионных отделов турфирм: маркетинговая деятельность, разработка экскурсий, расчет стоимости экскурсий, заключение договоров с предприятиями, предоставляющими услуги экскурсантам и туристам (транспортные предприятия, музеи, предприятия питания и пр.). Роль экскурсовода в экскурсионном процессе. Организация работы экскурсовода. Экскурсовод, его личностные и профессиональные качества. Требования к экскурсоводу. Формирование личности экскурсовода. Экскурсоводческое мастерство: знания, умения и навыки. Элементы психологии в работе экскурсовода. Логика и её требования в экскурсионной деятельности. Техника работы экскурсовода. Речь и внеречевые средства общения экскурсовода с группой. Работа экскурсовода с международной группой туристов.

Раздел 2. Практические подходы к становлению экскурсионного управления в индустрии туризма

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 3. Разработка экскурсий Маркетинговые исследования для разработки экскурсии. Этапы разработки экскурсии: определение целей и задач, выбор темы, отбор источников информации, подбор литературных и других источников и их изучение, отбор и изучение экскурсионных объектов, разработка экскурсионного маршрута, подготовка текста и портфеля экскурсовода, выбор методов проведения экскурсии, составление методической разработки. Экскурсионные объекты и их характеристика. Классификация экскурсионных объектов. Недвижимые объекты (памятники архитектуры, сады и парки, скульптурные памятники и т.д). Движимые объекты (экспонаты музеев и выставочных залов). Исторические, археологические, архитектурные, градостроительные, документальные, искусствоведческие, природные и т.д. Классификация памятников истории и культуры: по содержанию, по функциональному назначению, по степени популярности, по объему информации, по степени сохранности. Экскурсионный маршрут: требования, особенности построения. Содержание «портфеля экскурсовода». Подготовка документации (карточки объектов, контрольный текст, схема маршрута, методическая разработка и пр.). Учет особенностей международных туристов в подготовке экскурсии.

Тема 4. Разработка экскурсионных программ Программный подход к экскурсионному обслуживанию. Понятие «экскурсионная программа» и ее содержание. Виды экскурсионных программ. Мотивация экскурсантов как необходимая база, на основе которой разрабатываются экскурсионные программы. Изучение мотивов экскурсантов для обеспечения соответствия спроса и предложения на туристско-экскурсионном рынке. Учет особенностей международных туристов в разработке программы экскурсии. Этапы разработки экскурсионных программ. Маркетинговые исследования для разработки экскурсионной программы Подбор услуг для экскурсионной программы. Анимация в экскурсионных программах. Составление экскурсионных программ с учетом: содержания, места проведения экскурсии, различных транспортных средств, разных категорий потребителей и пр.

Тема 5. Методика и техника проведения экскурсий Методические приемы проведения экскурсии. Классификация методических приемов проведения экскурсии. Приемы показа и рассказа. Сущность показа и рассказа. Особенности показа и рассказа на экскурсии. Сочетание показа и рассказа. Методы демонстрации наглядных пособий.

Выбор и использование приемов показа и рассказа. Техника проведения экскурсии. Разрешение конфликтных ситуаций. Дифференцированный подход при проведении экскурсии Особенности проведения экскурсий для детских, молодежных групп, для иностранцев, экскурсантов с ограниченными возможностями и пр. Совершенствование навыков проведения экскурсии.

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	Методические указания по изучению дисциплины

6.2 Перечень учебных изданий, необходимых для освоения дисциплины *

Основная литература:

1. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519853>

2. Жираткова, Ж. В. Организация экскурсионной деятельности : учебник и практикум для вузов / Ж. В. Жираткова, Т. В. Рассохина, Х. Ф. Очилова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 189 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12370-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518582>

3. Скобельцына, А. С. Технология и организация информационно-экскурсионной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 251 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18077-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534234>

Дополнительная литература:

1. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация и классификация в туризме : учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. М. Дехтярь. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15639-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518486>

2. Безопасный отдых и туризм : учебное пособие для вузов / Г. М. Суворова [и др.] ; ответственный редактор Г. М. Суворова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 195 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11091-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513523>

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 MirapolisHCM 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).

6.4 Перечень учебных аудиторий, оборудования и технических средств обучения

Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (поточная). Специализированная мебель, доска меловая, мультимедийное оборудование, проектор, экран настенный	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>Учебная аудитория для занятий лекционного типа, семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы), для проведения групповых консультаций и индивидуальной работы обучавшихся с педагогическими работниками, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная мебель, доска меловая. Мультимедийное оборудование, проектор, экран настенный</p>	<p>143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д. 50, каб. 125 Площадь помещения 51,6 кв.м № 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**

Экскурсионный менеджмент в индустрии туризма

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.

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

Код и наименование компетенции	Уровень освоения	Индикатор сформированности компетенции Планируемые результаты обучения
ПК-2 Готов к реализации проектов в туристской индустрии	Пороговый (удовлетворительно)	<p>знает: теоретические основы разработки, продвижения и реализации туристского продукта, в т.ч. экскурсионных программ; технологию создания экскурсионного продукта; основные нормативно-правовые акты РФ, регулирующие туристскую и экскурсионную деятельность; требования к оформлению и предоставлению экскурсионных услуг; базовые инструменты маркетинга для продвижения экскурсионных продуктов.</p> <p>умеет: применять технологии разработки и продвижения экскурсионных продуктов в профессиональной деятельности; планировать и контролировать этапы реализации экскурсионных программ; собирать и анализировать данные о конкурентах, спросе и трендах на рынке экскурсий; выявлять конкурентные преимущества экскурсионных предложений; адаптировать экскурсионные программы под потребности целевой аудитории; использовать результаты анализа для корректировки экскурсионного продукта и повышения его конкурентоспособности.</p> <p>владеет: навыками организации продаж экскурсионных услуг и отдельных компонентов турпродукта; опытом продвижения экскурсий с применением цифровых инструментов; методиками оценки и повышения эффективности каналов сбыта и маркетинговых активностей; приёмами ведения деловых переговоров и заключения партнёрских соглашений; навыками подготовки и проверки комплектности договорной и сопроводительной документации; практическими навыками разработки программ развития экскурсионного направления с учётом рыночных трендов, сезонности и потребностей целевой аудитории; инструментами мониторинга удовлетворённости клиентов и работы с обратной связью для совершенствования экскурсионных программ.</p>
	Продвинутый (хорошо)	<p>Знает твердо: теоретические основы разработки, продвижения и реализации туристского продукта, в т.ч. экскурсионных программ; технологию создания экскурсионного продукта; основные нормативно-правовые акты РФ, регулирующие туристскую и экскурсионную деятельность; требования к оформлению и предоставлению экскурсионных услуг; базовые инструменты маркетинга для продвижения экскурсионных продуктов.</p> <p>Умеет уверенно: применять технологии разработки и продвижения экскурсионных продуктов в профессиональной деятельности; планировать и контролировать этапы реализации экскурсионных программ; собирать и анализировать данные о конкурентах, спросе и трендах на рынке экскурсий; выявлять конкурентные преимущества экскурсионных предложений; адаптировать экскурсионные программы под потребности целевой аудитории; использовать результаты анализа для корректировки экскурсионного продукта и повышения его конкурентоспособности.</p> <p>Владеет уверенно: навыками организации продаж экскурсионных услуг и отдельных компонентов</p>

		турпродукта; опытом продвижения экскурсий с применением цифровых инструментов; методиками оценки и повышения эффективности каналов сбыта и маркетинговых активностей; приёмами ведения деловых переговоров и заключения партнёрских соглашений; навыками подготовки и проверки комплектности договорной и сопроводительной документации; практическими навыками разработки программ развития экскурсионного направления с учётом рыночных трендов, сезонности и потребностей целевой аудитории; инструментами мониторинга удовлетворённости клиентов и работы с обратной связью для совершенствования экскурсионных программ.
	Высокий (отлично)	<p>Имеет сформировавшееся систематические знания: теоретические основы разработки, продвижения и реализации туристского продукта, в т.ч. экскурсионных программ; технологию создания экскурсионного продукта; основные нормативно-правовые акты РФ, регулирующие туристскую и экскурсионную деятельность; требования к оформлению и предоставлению экскурсионных услуг; базовые инструменты маркетинга для продвижения экскурсионных продуктов.</p> <p>Имеет сформировавшееся систематическое умение: применять технологии разработки и продвижения экскурсионных продуктов в профессиональной деятельности; планировать и контролировать этапы реализации экскурсионных программ; собирать и анализировать данные о конкурентах, спросе и трендах на рынке экскурсий; выявлять конкурентные преимущества экскурсионных предложений; адаптировать экскурсионные программы под потребности целевой аудитории; использовать результаты анализа для корректировки экскурсионного продукта и повышения его конкурентоспособности.</p> <p>Показал сформировавшееся систематическое владение: навыками организации продаж экскурсионных услуг и отдельных компонентов турпродукта; опытом продвижения экскурсий с применением цифровых инструментов; методиками оценки и повышения эффективности каналов сбыта и маркетинговых активностей; приёмами ведения деловых переговоров и заключения партнёрских соглашений; навыками подготовки и проверки комплектности договорной и сопроводительной документации; практическими навыками разработки программ развития экскурсионного направления с учётом рыночных трендов, сезонности и потребностей целевой аудитории; инструментами мониторинга удовлетворённости клиентов и работы с обратной связью для совершенствования экскурсионных программ.</p>

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	не выполнен	Цель и задачи реферата достигнуты частично. Актуальность темы реферата	Цель и задачи выполнения реферата достигнуты. Актуальность темы	Цель написания реферата достигнута, задачи решены. Актуальность темы

		определена неубедительно. В реферате выявлены значительные отклонения от требований методических указаний.	реферата подтверждена. Реферат выполнен с незначительными отклонениями от требований методических указаний.	исследования корректно и полно обоснована. Реферат выполнен согласно требованиям.
Выполнение презентационной работы	не выполнена или более 50% заданий сделаны неправильно	Выполнено более 50% работы, но менее 70%	Выполнено более 70% работы, но есть ошибки	все задания выполнены без ошибок
Итоговое тестирование	не выполнено или более 50% заданий выполнены неправильно	Выполнено более 50% всех заданий, но менее 70%	Выполнено более 70% заданий, но есть ошибки	все задания выполнены без ошибок

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

2.2 Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации (зачет и экзамен в виде итогового теста, курсовая работа)

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

2. 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

ПРИМЕРНЫЙ ВАРИАНТ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ

Тема: «Роль и особенности менеджмента в сфере экскурсионной деятельности»

Концепция игры:

Предварительная работа– подбор материалов для будущей экскурсии, их изучение (т. е. процесс накопления знаний по данной теме, определение цели и задач экскурсии). Одновременно этим происходит отбор объектов, на которых будет построена экскурсия.

- Непосредственная разработка самой экскурсии включает в себя: составление экскурсионного маршрута; обработку фактического материала; работу над содержанием экскурсии, ее основной частью, состоящей из нескольких основных вопросов; написание контрольного текста; работу над методикой проведения экскурсии; выбор наиболее эффективных методических приемов показа и рассказа во время проведения экскурсии; подготовку методической разработки экскурсии; написание экскурсоводами индивидуальных текстов.

- Заключительная ступень– прием (защита) экскурсии на маршруте. Утверждение новой экскурсии руководителем экскурсионного учреждения, допуск экскурсоводов, защитивших свою тему, до работы на маршруте.

- В простейшем виде схема всех экскурсий независимо от темы, вида и формы проведения одинакова: вступление, основная часть, заключение.

- Вступление, как правило, состоит из двух частей:

- организационной (знакомство с экскурсионной группой и инструктаж экскурсантов о правилах безопасности в пути и поведения на маршруте);

- информационной (краткое сообщение о теме, протяженности и продолжительности маршрута, времени отправления и прибытия назад, санитарных остановках и месте окончания экскурсии).

Основная часть строится на конкретных экскурсионных объектах, сочетании показа и рассказа. Ее содержание состоит из нескольких подтем, которые должны быть раскрыты на объектах объединены темой. Количество подтем экскурсии обычно от 5 до 12. При этом важным для создания экскурсии является подбор

объектов таким образом, чтобы были только те объекты, которые помогали бы раскрыть содержание темы экскурсии, причем в определенной дозировке по времени и в зависимости от значимости той или иной подтемы в данной экскурсии.

Заключение, как и вступление, не связано с экскурсионными объектами. Оно должно занимать по времени 5-7 минут и состоять из двух частей. Первая – итог основного содержания экскурсии, вывод по теме, реализующий цель экскурсии. Вторая – информация о других экскурсиях, которые могут расширить и углубить данную тему. Заключение так же важно, как и вступление, и основная часть.

Очень важно, чтобы экскурсия была достаточно интересна. Но не менее важно, чтобы она не была перегружена потоком ненужной туристам информации, чтобы способ подачи материала не был утомительным, а способствовал бы наилучшему восприятию ее той или иной категорией экскурсантов. В связи с этим тематика экскурсии непременно должна быть сориентирована на определенную категорию экскурсантов (взрослых или детей, молодежь, городских или сельских жителей, работников гуманитарных профессий, иностранцев и т. д.). Такой учет называется дифференцированным подходом к экскурсионному обслуживанию. Он должен учитывать не только интересы, но и цели потребителей. Если экскурсия предоставляется, например, в рамках фольклорного тура, то основной упор в рассказе и показе необходимо делать на историю, памятники, национальные особенности региона. Если же экскурсия входит в программу делового тура, то следует уделять внимание показу различных деловых и общественных центров и т. п. При организации экскурсионного обслуживания в рамках курортного отдыха привлекательны экскурсионные прогулки с наблюдением природных ландшафтов, памятников, объектов.

В процессе подготовки новой экскурсии можно выделить ряд основных этапов, которые располагаются в определенном порядке. Рассмотрим их в той последовательности, которая сложилась в практике работы экскурсионного учреждения.

Впервые понятие «этапы подготовки экскурсии» было введено в обиход в 1976 г. Тогда же было названо пятнадцать этапов:

1. Определение цели и задач экскурсии.
2. Выбор темы.
3. Отбор литературы и составление библиографии.
4. Определение источников экскурсионного материала. Знакомство с экспозициями

и фондами музеев по теме.

5. Отбор и изучение экскурсионных объектов.
6. Составление маршрута экскурсии.
7. Объезд или обход маршрута.
8. Подготовка контрольного текста экскурсии.
9. Комплектование «портфеля экскурсовода».
10. Определение методических приемов проведения экскурсии.
11. Определение техники ведения экскурсии.
12. Составление методической разработки.
13. Составление индивидуальных текстов.
14. Прием (сдача) экскурсии.
15. Утверждение экскурсии.

Роли: группы студентов делятся на несколько команд (в зависимости от численности), которые выступают в роли разработчиков экскурсий.

Ожидаемый результат: формирование навыков создания нового и качественного туристского маршрута.

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Понятие менеджмента. Предпосылки возникновения.
 2. Подход к менеджменту с позиции школы научного управления;
 3. Школа административного управления
 4. Психологическая школа в менеджменте
 5. Школа человеческих отношений и поведенческие науки
 6. Школа количественных методов.
 7. Процессный подход к управлению. Базовые функции менеджмента.
 8. Системный подход: единство формальной и неформальной организации.
- Закрытые
и открытые системы.
9. Ситуационный подход.
 10. Национальные особенности менеджмента. Сравнительная характеристика японской
и американской моделей управления.
 11. Особенности российского менеджмента. Модели «здорового смысла», «западной культуры», «традиционных методов управления».
 12. Предпринимательская деятельность. Основные черты организации. Типологии

- организаций. Роль менеджмента в организации.
13. Внутренняя среда организации и ее основные переменные.
 14. Внешняя среда организации. Факторы воздействия.
 15. Структура управления. Определения типа структуры. Выделение структурных подразделений.
 16. Цикл менеджмента. Взаимосвязь и взаимообусловленность функций управленческого цикла.
 17. Менеджер в организации. Типы менеджеров по уровням управления. Общие задачи менеджеров.
 18. Качества современного менеджера.
 19. Функции управления. Принципы планирования.
 20. Стратегическое планирование.
 21. Тактическое планирование.
 22. Мотивация и стимулирование.
 23. Метод кнута и пряника.
 24. Теория потребностей Маслоу.
 25. Двухфакторная теория Герцберга.
 26. Теория приобретенных потребностей Мак-Клелланда.
 27. Теория ожиданий Врума.
 28. Теория справедливости Адамса.
 29. Теория Портера-Лоулера.
 30. Делегирование. Полномочия. Ответственность.
 31. Система методов управления.
 32. Экономические методы управления.
 33. Административно-правовые методы управления.
 34. Социально-психологические методы управления.
 35. Самоменеджмент.
 36. Ортобиоз.
 37. Формула выживаемости В.М.Шепеля.
 38. Информация и ее классификация. Направления сбора информации о конкуренте.
 39. Роль коммуникации в менеджменте. Виды коммуникаций.
 40. Основные элементы коммуникационного процесса.

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ПРЕЗЕНТАЦИОННЫХ РАБОТ

1. Предпринимательская деятельность. Основные черты организации.
2. Основные организационно-правовые формы, наиболее подходящие для организаций туристской индустрии.
3. Принципы построения организационных структур управления
4. Процессный подход в менеджменте. Базовые функции.
5. Системный подход. Единство формальной и неформальной организации.
6. Ситуационный подход. Увязка конкретных приемов управления с реальными ситуациями для достижения целей организации.
7. Национальные особенности менеджмента. Сравнительная характеристика японской и американской модели.
8. Особенности российского менеджмента.
9. Наиболее эффективные способы стимулирования сотрудников в туристской индустрии
10. Как создать корпоративный дух, и для чего это надо
11. Принципы определения и корректировки окладов (внутреннего и внешнего соответствия)
12. Надбавки и доплаты, обязательные и по инициативе работодателя
13. Льготы, обязательные и по инициативе работодателя
14. Понятие о психике. Личность и ее структура. Индивидуально-типологические особенности личности: типы темперамента, акцентуация характера, организаторские способности.
15. Психологические аспекты малых групп и коллективов: классификация и стадии развития групп, формальные и неформальные группы. Социально-психологический климат в коллективе.
16. Власть и лидерство. Баланс власти. Способы влияния.
17. Понятие имиджа, его составные компоненты.
18. Понятие и характеристика делового общения. Виды общения: беседа, совещание, переговоры. Фазы делового общения: начало, передача информации, аргументирование, опровержение доводов, принятие решения.
19. Технология делового совещания.
20. Деловые переговоры
21. Планирование работы менеджера. Затраты и потери рабочего времени. Основные направления улучшения использования времени. Тайм-менеджмент.
22. Организация рабочего дня, рабочей недели. Организация рабочего места. Улучшение условий и режима работы. Рабочее место руководителя, его

эргономические характеристики.

23. Стили управления и факторы его формирования. Решетка менеджмента. Связь стили управления и ситуации.

Также тематика презентаций выбирается в соответствии с индивидуальными заданиями, темами самостоятельной работы, темами научных конференций.

Методические рекомендации к подготовке презентации:

1 этап – формулирование актуальности и цели презентации;

2 этап – систематизация и оптимизация материалов (формат кратких тезисов);

3 этап - выбор дизайна презентации, иллюстраций с учетом цели показа и содержания материала;

4 этап – конструирование презентации;

5 этап – апробация презентации на компьютере и большом экране (роль «новый зритель»).

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

– первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации,

имени докладчика и его контактной информации;

– на втором слайде необходимо разместить краткое описание основных вопросов или представляемой проблемы;

– следующие слайды имеют информативный характер;

– итоговые слайды (1-2) должны четко отразить вывод по презентации.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Рекомендации по созданию презентации:

1. Читательность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных

устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.

2. Сочетание цветов: контрастное, неагрессивное, цветовое решение имеет эстетически выверенное решение;

3. Тщательно структурированная информация.

4. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.

5. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац (желательно

слайд).

6. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.

7. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.

8. Графика должна органично дополнять текст.

9. Выступление с презентацией длится не более 10 минут, не следует читать текст на слайде, следует дополнять его необходимой развернутой информацией.

10. Формат презентации должен учитывать особенности техники (не следует использовать экзотические или сверхпрогрессивные форматы).

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Туристский маршрут в спортивном самодеятельном туризме – как вид спортивной дисциплины «маршрут».

2. Классификация туристских маршрутов по степени сложности.

3. Положение о туристско-спортивных маршрутно-классификационных комиссиях.

4. Положение о системе подготовки кадров в спортивном туризме Российской Федерации.

5. Показатели определения категории сложности: продолжительность похода, протяженность и техническая сложность маршрута (на примере пешеходного, водного, лыжного и др. видов маршрутов).

6. Этапы: организационный, подготовительный, проведение похода, подведение итогов.

7. Определение расстояния нитки маршрута с учетом поправок на рельеф, извилистость рек, масштаба карты и др. факторов.

8. Технология разбивки маршрута на участки по дням пути.

9. Факторы для выбора экскурсионных объектов, мест стоянок и привалов, объектов для фото и видеосъемок.

10. Групповое, личное снаряжение зимних маршрутов.

11. Специальное снаряжение для выбранного способа передвижения, района путешествия.

12. Ремонтный набор: состав и назначение в зависимости от специфика туристского

маршрута.

13. Группы мер по обеспечению безопасности в походе.
14. Составление меню похода с учетом его специфики, состава группы, сложности маршрута и др. факторов.
15. Состав медицинской аптечки, соответствующий виду путешествия, сезона.
16. Смета туристского похода.
17. Документы: маршрутная книжка, паспорт маршрута, техническое описание маршрута.
18. Картографический материал.
19. Способы повышения эффективности экскурсионной деятельности.
20. Экскурсоведение как наука.
21. Сущность экскурсии.
22. Экскурсия как вид деятельности.
23. Экскурсия как форма общения.
24. Признаки экскурсии.
25. Экскурсия как педагогический процесс.
26. Индуктивный и дедуктивный методы познания в экскурсиях.
27. Воображение на экскурсиях.
28. Логика в экскурсиях.
29. Классификация экскурсий.
30. Тематика и содержание экскурсий.
31. Показ в экскурсии.
32. Виды показа.
33. Особенности показа на экскурсии.
34. Показ как реализация принципа наглядности.
35. Трансформация устной речи (рассказа) в зрительные образы.
36. Особенности рассказа на экскурсии.
37. Сочетание показа и рассказа в экскурсии.
38. Экскурсия как взаимодействие трех компонентов.
39. Экскурсионная методика.
40. Пути совершенствования экскурсионной методики.
41. Требования экскурсионной методики.
42. Пути совершенствования методики.
43. Технология подготовки новой экскурсии.
44. Определение цели и задач экскурсии.

45. Отбор литературы и составление библиографии.
46. Определение других источников экскурсионного материала.
47. Отбор и изучение экскурсионных объектов.
48. Объезд (обход) маршрута.
49. Подготовка контрольного текста экскурсии.
50. Комплектование «портфеля экскурсовода».
51. Определение методических приемов проведения экскурсии.
52. Определение техники ведения экскурсии составление методической разработки составление индивидуального текста.