

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 29.02.2024 17:37:18  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b19ca9b2

Приложение 6

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**Северо-Западный институт управления - филиал РАНХиГС**

---

Кафедра управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС  
Хлутков А.Д.

**ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ**

«Индустрия делового и событийного туризма»  
*(наименование образовательной программы)*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,  
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

**Б1.В.02 Особенности обслуживания премиального сегмента делового и  
событийного туризма /**

**Features of servicing the premium segment of business and event tourism**

*(код и наименование РПД)*

**43.04.02 Туризм**

*(код, наименование направления подготовки)*

**очная**

*(форма обучения)*

**Год набора – 2022**

Санкт-Петербург, 2022 г

**Автор-составитель:**

Д-р экон. наук, руководитель магистерской программы  
«Индустрия делового и событийного туризма»

Морозова М.А.

**Заведующая кафедрой управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса:**  
доктор экономических наук, профессор Морозова Марина Александровна

**РПД Б1.В.02 «Особенности обслуживания премиального сегмента делового и событийного туризма / Features of servicing the premium segment of business and event tourism»** одобрена на заседании кафедры управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса.

В новой редакции Протокол от «30» августа 2022 г. №1.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы .....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы .....	5
3. Содержание и структура дисциплины .....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся .....	12
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине .....	20
6. Методические материалы по освоению дисциплины .....	25
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет .....	29
7.1. Основная литература .....	29
7.2. Дополнительная литература .....	30
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация .....	30
7.4. Интернет-ресурсы .....	32
7.5. Иные источники .....	32
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы .....	32

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

1.1. Дисциплина Б1.В.02 «Особенности обслуживания премиального сегмента делового и событийного туризма / Features of servicing the premium segment of business and event tourism» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учётом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1	Способен осуществлять академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке и использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации.
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1	Способен осуществлять социальную политику и социальное развитие организации с учетом межкультурного взаимодействия..

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК-4.1	<b>на уровне знаний:</b> основные понятия туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно- коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста; особенности продвижения и специфику реализации туристских и транспортных услуг с использованием информационных и коммуникативных технологий.
	<b>на уровне умений:</b> формировать туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно- коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста; продвигать и реализовывать туристский продукт с использованием информационных и коммуникативных технологий; прогнозировать развитие событийного туризма с учетом потребностей и возможностей региона разрабатывать программу туристского события.
	<b>на уровне навыков:</b> формирования туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно- коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста; к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий; навыками проектирования событийных маршрутов и туров навыками проектирования туристских событий.
УК-5.1	<b>на уровне знаний:</b> основные правила ведения переговоров с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов; процесс обслуживания потребителей и (или) туристов.
	<b>на уровне умений:</b> вести переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов; организовать процесс

<b>Код компонента компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
	обслуживания потребителей и (или) туристов.
	<b>на уровне навыков:</b> проведения переговоров с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов; к процессу обслуживания потребителей и (или) туристов.

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

### **Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академ. часов / 144 астр. часов.

<b>Вид работы</b>	<b>Трудоемкость (в академ. часах) Очная/заочная</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	180/180
<b>Контактная работа</b>	66/20
Лекции	24/8
Практические занятия	40/12
Лабораторные занятия	-
Консультации	2/2
<b>Самостоятельная работа</b>	78/149
Контроль	36/9
Формы текущего контроля	КР – контрольная работа, Р – реферат, К – кейс
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>Экзамен</b>

### **Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.02 «Особенности обслуживания премиального сегмента делового и событийного туризма / Features of servicing the premium segment of business and event tourism» относится к вариативной части профессионального цикла учебного плана направления 43.04.02 «Туризм» профиль «Индустрия делового и событийного туризма».

Целью дисциплины "Особенности обслуживания премиального сегмента делового и событийного туризма / Features of servicing the premium segment of business and event tourism" является расширение и углубление подготовки в составе других вариативных дисциплин блока "Блок 1 - Дисциплины (модули)" образовательной программы в соответствии с требованиями, установленными федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования для формирования у выпускника универсальных компетенций, способствующих решению профессиональных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности, предусмотренными учебным планом и профилем подготовки "Индустрия делового и событийного туризма".

Для достижения цели поставлены задачи ведения дисциплины:

- подготовка обучающегося по разработанной в институте Образовательной программе к успешной аттестации планируемых результатов освоения дисциплины;

- подготовка обучающегося к прохождению практики;
- подготовка обучающегося к защите выпускной квалификационной работы;
- развитие социально-воспитательного компонента учебного процесса.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося, необходимым для изучения данной дисциплины, соответствуют требованиям по результатам освоения предшествующих дисциплин: "Основы туристической деятельности".

Дисциплина может реализовываться с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Изучение дисциплины осуществляется в течение одного семестра: для студентов очной формы обучения – на 2 семестре 1 курса.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

##### *Очная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР*		
Topic 1	Forms and content of service organization in hotels, tourist complexes Формы и содержание организации обслуживания в отелях и туристических комплексах	36	6		10		20	КР, Р
Topic 2	Business tourism as a direction in the tourism industry Деловой-туризм как направление в индустрии туризма	36	6		10		20	КР, Р, К
Topic 3	Information support of the process of promotion of the tourist product and the implementation of business services in	35	6		10		19	КР, Р, К

	transport Информационное обеспечение процесса продвижения туристического продукта и оказания деловых услуг в сфере транспорта							
Topic 4	Organization of the provision of additional and related services in hotels and tourist complexes when serving business tourists Организация предоставления дополнительных и связанных услуг в отелях и туристических комплексах при обслуживании деловых туристов	35	6		10		19	КР, Р, К
Промежуточная аттестация		36/27	Консультации – 2/1,5					Экзамен
<b>Всего (акад/астр):</b>		<b>180/144</b>	<b>24/18</b>		<b>40/30</b>	<b>2</b>	<b>78/58,5</b>	

Примечание: КСР\* не входит в объем дисциплины;

\*\* КР – контрольная работа, Р – реферат, К – кейс

#### Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и/или разделов	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР*		
Topic 1	Forms and content of service organization in hotels, tourist complexes Формы и содержание организации обслуживания в отелях и туристических комплексах	43	2		4		38	КР, Р
Topic 2	Business tourism as a direction in the tourism industry Деловой-туризм как направление в индустрии туризма	42	2		4		37	КР, Р, К
Topic 3	Information support of the process of promotion of the tourist product and the implementation of business services in transport Информационное обеспечение процесса	42	2		2		37	КР, Р, К

	продвижения туристического продукта и оказания деловых услуг в сфере транспорта							
Topic 4	Organization of the provision of additional and related services in hotels and tourist complexes when serving business tourists Организация предоставления дополнительных и связанных услуг в отелях и туристических комплексах при обслуживании деловых туристов	42	2		2		37	КР, Р, К
Промежуточная аттестация		9	Консультации – 2/1,5					Экзамен
<b>Всего (акад/астр):</b>		<b>180</b>	<b>8</b>		<b>12</b>	<b>2</b>	<b>149</b>	

### 3.2. Содержание дисциплины

#### Topic 1. Forms and content of the organization of service in hotels, tourist complexes

#### Формы и содержание организации обслуживания в отелях и туристических комплексах.

Features of the development of the hotel business in servicing business and event trips. The role and importance of business tourism and event tourism in the socio-economic development of the country. The concept and significance of services in business hotels. The concept of business - services in the hotel. Features of business hotels. Features of congress hotels. Business center equipment in the hotel. Goals of improving business travel by business travelers: Holding meetings, conferences and negotiations with business partners. Establishment and adjustment of business contacts. Attending professional events (exhibitions, conferences, etc.). Staff training. Transport support of the business service process in hotels and tourist complexes: Methods of transport support of the business service process. Transport management technologies for business services. Indicators and methods for evaluating the effectiveness of the transport management process in business services.

Особенности развития отельного бизнеса в обслуживании деловых и мероприятийных поездок: Особенности развития отельного бизнеса в обслуживании деловых и мероприятийных поездок. Роль и важность бизнес-туризма и туризма мероприятий в социально-экономическом развитии страны. Понятие и значение услуг в бизнес-отелях. Концепция и значение деловых услуг в отеле. Особенности бизнес-отелей. Особенности конгресс-отелей. Оборудование бизнес-центра в отеле. Цели улучшения деловых поездок деловых путешественников: Проведение совещаний, конференций и переговоров с деловыми партнерами. Установление и корректировка деловых контактов. Участие в профессиональных мероприятиях (выставки, конференции и др.). Подготовка персонала. Транспортное обеспечение процесса делового обслуживания в отелях и туристических комплексах: Методы транспортного обеспечения процесса делового обслуживания.



Технологии управления транспортом для деловых услуг. Показатели и методы оценки эффективности процесса управления транспортом в деловых услугах.

## **Topic 2. Business tourism as a direction in the tourism industry**

### **Деловой-туризм как направление в индустрии туризма**

The emergence of business tourism: The beginning of the development of tourism - the ancient period. The history of the development of business tourism in the Middle Ages. Renaissance. The development of business communication in the territory of Ancient Russia. Features of tourist travel in the XVIII-XIX centuries. Business tourism in the 21st century. The impact of business tourism in the economic, cultural, social and innovative spheres: Concept and distinctive features of business tourism. Classification of business tourism. Specificity of business tourism. Economic importance of business tourism. Social value of business tourism. Cultural value of business tourism. Innovative character of business tourism. Business Travel Agencies (Business Agencies): AMERICAN EXPRESS, CARLSON WAGONLIT TRAVEL, KUONI GROUP, HOGG ROBINSON GROUP AND BCD HOLDINGS. MICE - industry: basic concepts and content: The concept of MICE - industry, regulatory framework. MICE - industry: basic concepts and content: MICE - meeting industry. MEETINGS, INCENTIVES, Incentive tours, CONFERENCES, EXHIBITIONS EVENTS / International fairs and exhibitions. National exhibitions. Wholesale fairs.

Specialized exhibition advertiser . Permanent expositions. Congress Bureaus (CVB). MICE tourism infrastructure. Dependence of the MICE industry on global crises and natural disasters. Territorial distribution of MICE tourism: Development of MICE tourism in the world. Status and development prospects of MICE-tourism in the Russian Federation. Normative-legal regulation of MICE-tourism: Federal Law "On the basics of tourism activities in the Russian Federation". Federal Service for Supervision of Consumer Rights Protection and Human Welfare (Rosпотребнадзор). On the approval of the Rules for the provision of services for the implementation of the tourist product "Universal Declaration of Human Rights, which was adopted by the UN General Assembly, the Manila Declaration of 1980. The Hague Declaration. Global Code of Ethics for Tourism. Cooperation of the Russian Federation with other states in the field of tourism

Возникновение делового туризма: Начало развития туризма - древний период. История развития делового туризма в средние века. Ренессанс. Развитие деловых коммуникаций на территории Древней Руси. Особенности туристических путешествий в XVIII-XIX веках. Деловой туризм в XXI веке. Влияние делового туризма на экономическую, культурную, социальную и инновационную сферы: Понятие и характерные черты делового туризма. Классификация делового туризма. Специфика делового туризма. Экономическая важность делового туризма. Социальная ценность делового туризма. Культурная ценность делового туризма. Инновационный характер делового туризма. Деловые турагентства (бизнес-агентства): AMERICAN EXPRESS, CARLSON WAGONLIT TRAVEL, KUONI GROUP, HOGG ROBINSON GROUP И BCD HOLDINGS. MICE - индустрия: основные понятия и содержание: Понятие MICE - индустрии, законодательная база. MICE - индустрия: основные понятия и содержание: MICE - индустрия проведения мероприятий. ВСТРЕЧИ, ПООЩРЕНИЯ, поощрительные туры, КОНФЕРЕНЦИИ, ВЫСТАВКИ МЕРОПРИЯТИЯ / Международные ярмарки и выставки. Национальные выставки. Оптовые ярмарки.

Специализированный выставочный рекламодатель. Постоянные экспозиции. Конгресс бюро (СVB). Инфраструктура MICE-туризма. Зависимость MICE-индустрии от глобальных кризисов и стихийных бедствий. Территориальное распределение MICE-туризма: Развитие MICE-туризма в мире. Состояние и перспективы развития MICE-туризма в Российской Федерации. Нормативно-правовое регулирование MICE-туризма: Федеральный закон "О основах туристской деятельности в Российской Федерации". Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор). Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта "Универсальная декларация прав человека, которая была принята Генеральной Ассамблеей ООН, Манильская декларация 1980 года. Гаагская декларация. Глобальный кодекс этики в сфере туризма. Сотрудничество Российской Федерации с другими государствами в сфере туризма.

### **Topic 3. Information support for the process of promoting a tourist product and implementing business services**

#### **Информационное обеспечение процесса продвижения туристического продукта и оказания деловых услуг в сфере транспорта**

Promotion of a tourist product in the field of business services in transport: The concept and forms of organizing the promotion of a tourist product. The specifics of promoting a tourist product with a business component. Participants in the process of promoting a tourist product with a business component. Implementation of a tourist product with a business component in transport: Organization of the process of implementing a tourist product. Features and distinctive features of the implementation of a tourist product with a business component. Information and communication technologies used in the framework of the processes of promoting tourist products and the implementation of business services in transport: Features of the use of information technologies in the framework of the processes of promotion and implementation. Reasons and principles for the use of communication technologies in the promotion and sale of products with a business component.

Продвижение туристического продукта в сфере деловых услуг в транспортной сфере: Понятие и формы организации продвижения туристического продукта. Специфика продвижения туристического продукта с деловым компонентом. Участники процесса продвижения туристического продукта с деловым компонентом. Реализация туристического продукта с деловым компонентом в транспортной сфере: Организация процесса реализации туристического продукта. Особенности и характерные черты реализации туристического продукта с деловым компонентом. Информационно-коммуникационные технологии, используемые в рамках процессов продвижения туристических продуктов и реализации деловых услуг в транспортной сфере: Особенности использования информационных технологий в рамках процессов продвижения и реализации. Причины и принципы использования коммуникационных технологий в продвижении и продаже продуктов с деловым компонентом.

### **Topic 4. Organization of the provision of additional and related services in hotels and tourist complexes when serving business tourists**

## **Организация предоставления дополнительных и связанных услуг в отелях и туристических комплексах при обслуживании деловых туристов**

Features of etiquette in business tourism and in the organization of business events: Business etiquette in the activities of a tourist enterprise. Principles of business etiquette in tourism. Rules of business etiquette in tourism. Types of receptions. Dress code. Features of the reception of foreign delegations. Negotiation. National features of business tourists. Organization of catering services in hotels and tourist complexes when serving business tourists: Classification of catering establishments in the hotel service. Requirements for catering establishments. Restaurants and bars of hotels and tourist complexes. Organization of catering services: catering schemes, service in the restaurant hall, room service, servicing mass events, banquet services. Comprehensive nature of serving business tourists by catering establishments, additional and related services at catering establishments. Quality control of services and services at catering establishments.

Ensuring the safety of residents of hotels and tourist complexes when serving business tourists: The concept of security in a hotel, tourist complex. Specification of potential threats. General principles for creating a threat protection system. Security services in the hotel and tourist complex, their tasks and functions. Standard operating procedures for the security service. Security measures in the hotel and tourist complex. Engineering and technical means of ensuring safety. Participation of various hotel departments in ensuring security in hotels, tourist complexes. Security issues in the hotel staff training program. Modern ways to improve the efficiency of security services. Organization of a business event in a hotel when serving business tourists: Organization of leisure activities for hotel guests. The work of entertainment centers at the hotel and the types of leisure provided to guests; drawing up a scheme for organizing the leisure of guests in a hotel. Organization of a business event in a hotel. Features of the work of business centers at the hotel and the services they provide. Organization of sports and recreational activities in the hotel. Transport support for business events: Air transport. Business Aviation. Railway transport. Requirements for rail transport. Automobile transport. requirements for road transport. Logistics, visa support.

Характеристика этикета в деловом туризме и в организации деловых мероприятий: Деловой этикет в деятельности туристического предприятия. Принципы делового этикета в туризме. Правила делового этикета в туризме. Виды приемов. Дресс-код. Особенности приема иностранных делегаций. Переговоры. Национальные особенности деловых туристов. Организация обслуживания в ресторанах и туристических комплексах при обслуживании деловых туристов: Классификация общественного питания в гостиничном обслуживании. Требования к общественным заведениям. Рестораны и бары гостиниц и туристических комплексов. Организация обслуживания: схемы обслуживания, обслуживание в ресторане, обслуживание в номере, обслуживание массовых мероприятий, банкетное обслуживание. Комплексный характер обслуживания деловых туристов в общественных заведениях общественного питания, дополнительные и сопутствующие услуги в общественных заведениях общественного питания. Контроль качества услуг и сервиса в общественных заведениях общественного питания. Обеспечение безопасности жителей гостиниц и туристических комплексов при обслуживании деловых туристов: Понятие безопасности в гостинице, туристическом комплексе. Уточнение потенциальных угроз. Общие принципы создания системы защиты от угроз. Службы безопасности в гостинице и туристическом комплексе, их задачи и функции. Стандартные операционные процедуры службы

безопасности. Меры по обеспечению безопасности в гостинице и туристическом комплексе. Инженерно-технические средства обеспечения безопасности. Участие различных отделов гостиницы в обеспечении безопасности в гостинице, туристическом комплексе. Вопросы безопасности в программе подготовки персонала гостиницы. Современные способы повышения эффективности служб безопасности. Организация делового мероприятия в гостинице при обслуживании деловых туристов: Организация досуга для гостей гостиницы. Работа развлекательных центров в гостинице и виды предоставляемых услуг для гостей; составление схемы организации досуга гостей в гостинице. Организация делового мероприятия в гостинице. Особенности работы деловых центров в гостинице и предоставляемые ими услуги. Организация спортивно-оздоровительной деятельности в гостинице. Транспортное обеспечение деловых мероприятий: Авиационный транспорт. Деловая авиация. Железнодорожный транспорт. Требования к железнодорожному транспорту. Автомобильный транспорт. Требования к автомобильному транспорту. Логистика, визовая поддержка.

#### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

**4.1. В ходе реализации дисциплины *Б1.В.02 «Особенности обслуживания премиального сегмента делового и событийного туризма / Features of servicing the premium segment of business and event tourism»* используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

При проведении занятий лекционного типа: лекционный метод (лекция-беседа), устный опрос.

при проведении занятий семинарского типа: выполнение контрольных работ, написание реферата.

при контроле результатов самостоятельной работы студентов: самостоятельное изучение литературы; домашние задания, которые включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

*В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптирован для платформы Moodle.*

#### **4.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся Типовые оценочные материалы по темам 1-4**

##### **Типовые контрольные работы, рефераты**

*1. Соберите информацию по предложенной теме, сделайте обзор.*

*2. Проанализируйте, оцените, сравните и укажите свое отношение к затронутой теме.*

- types of business events / типы деловых мероприятий;
- types of business events (Conference. Business seminar) / типы деловых мероприятий (конференция. Бизнес-семинар);
- types of business events (Round table. Presentation) / типы деловых мероприятий (круглый стол. Презентация);
- types of business events (Day of open doors. Press lunch) / типы деловых мероприятий (день открытых дверей. Пресс-ланч);

- factors influencing the choice of a hotel for business Events. (Features of business hotels) / факторы, влияющие на выбор отеля для деловых мероприятий (особенности бизнес-отелей);
- business - services in the hotel / бизнес-услуги в отеле;
- the main stages of business events / основные этапы проведения деловых мероприятий;
- development of business events in the hotel (for example) / развитие деловых мероприятий в отеле (например);
- the essence and role of the quality of services and services in the hospitality industry / сущность и роль качества услуг в гостиничной индустрии;
- forms and content of service organization in hotels and tourist complexes / формы и содержание организации обслуживания в отелях и туристических комплексах;
- ensuring the safety of residents of hotels and tourist complexes / обеспечение безопасности гостей отелей и туристических комплексов;
- catering in hotels and tourist complexes during service business tourists / обеспечение питания в отелях и туристических комплексах при обслуживании деловых туристов;
- organization of animation activities of a hotel enterprise when serving business tourists / организация анимационной деятельности гостиничного предприятия при обслуживании деловых туристов;
- material and technical base and interior of hotel enterprises / материально-техническая база и интерьер гостиничных предприятий;
- modern information technologies and software in the field of management of hotel and restaurant enterprises / современные информационные технологии и программное обеспечение в области управления гостиничными и ресторанными предприятиями;
- the role of staff in the hotel and restaurant business. Corporate culture when serving business tourists / роль персонала в гостинично-ресторанном бизнесе. Корпоративная культура при обслуживании деловых туристов;
- regulatory and legal regulation of MICE tourism / правовое и законодательное регулирование MICE-туризма;
- MICE-manager - Manager of business tourism / MICE-менеджер - менеджер делового туризма;
- dependence of the MICE industry on global crises and natural disasters / зависимость индустрии MICE от глобальных кризисов и природных бедствий;
- MICE tourism infrastructure / инфраструктура MICE-туризма;
- institutional structure of the meeting industry (MICE) / институциональная структура индустрии встреч (MICE);
- territorial placement of MICE tourism / территориальное размещение MICE-туризма;
- MICE-tourism as a kind of business tourism / MICE-туризм как вид делового туризма.

## **Типовые оценочные материалы по темам 2-4**

### **Образец ситуационной задачи (кейса)**

*Проанализируйте информацию, определите, установите и укажите свое отношение к затронутой теме, сформулируйте ответы на вопросы.*

#### **Case 1. RELATIONSHIP MARKETING / МАРКЕТИНГ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ**

Each visitor who comes to the office of the Sozvezdie travel company is given a postcard with a photo of employees, the caption under which reads: "We are listening to you carefully. This is a free letter addressed to the director of the company, Mr. Pavlov O.I. On the back of the postcard, the visitor reads: "We thank you for contacting us. After all, it is thanks to our customers that we have become one of the leaders in the tourism market. In order to keep our positions, we need to know what we are doing wrong. Suggestions and comments regarding customer service, no matter

how small, we will accept with gratitude. Each of them will be carefully considered by Mr. O.I. Pavlov.”

Каждому посетителю, приходящему в офис туристической компании "Созвездие", выдают открытку с фотографией сотрудников, подписью под которой написано: "Мы вас внимательно слушаем. Это бесплатное письмо адресовано директору компании, г-ну Павлову О.И." На обратной стороне открытки посетитель читает: "Благодарим вас за обращение к нам. Ведь благодаря нашим клиентам мы стали одними из лидеров на рынке туризма. Чтобы сохранить наши позиции, нам необходимо знать, в чем мы ошибаемся. Предложения и комментарии к обслуживанию клиентов, несмотря на их мелочность, мы примем с благодарностью. Каждое из них будет внимательно рассмотрено г-ном О.И. Павловым."

### ***Questions and tasks / Вопросы и задания***

1. The goals of the "Constellation" company using this method of working with visitors are to establish quality relationships with customers and increase their satisfaction with the service. It also allows gathering feedback, identifying weaknesses, and improving the service according to customer needs.

Цели компании "Созвездие" при использовании этого метода работы с посетителями заключаются в установлении качественных отношений с клиентами и повышении уровня их удовлетворенности обслуживанием. Это также позволяет собирать обратную связь, выявлять слабые моменты и улучшать сервис в соответствии с потребностями клиентов.

2. Why does customer satisfaction or dissatisfaction play such a big role in the tourism business? Justify your answer, give supporting examples and the results of studies published in the literature.

Почему удовлетворенность или неудовлетворенность клиентов играют такую большую роль в туристическом бизнесе? Обоснуйте ваш ответ, приведите поддерживающие примеры и результаты исследований, опубликованные в литературе.

3. Tourist enterprises focused on the consumer, try to satisfy it to a greater extent than competitors, but do not strive to achieve the highest possible level of consumer satisfaction. Why do you think? Is this consistent with the concept of marketing?

Туристические предприятия, ориентированные на потребителя, стремятся удовлетворить его в большей степени, чем конкуренты, но не стремятся достичь самого высокого уровня удовлетворенности потребителя. По вашему мнению, почему? Соответствует ли это концепции маркетинга?

4. Why does a detailed study of the buying decision model help develop more effective marketing strategies to win and retain customers? How versatile is this model?

Почему детальное изучение модели принятия решения о покупке помогает разработать более эффективные маркетинговые стратегии для привлечения и удержания клиентов? Насколько универсальна эта модель?

5. How can you reduce your clients' sense of conscious dissonance?

Как можно уменьшить чувство сознательной диссонанса у ваших клиентов?

6. Relationship marketing is one of the areas of marketing at the level of a tourist enterprise. Give him a detailed description.

Маркетинг взаимоотношений является одним из направлений маркетинга на уровне туристического предприятия. Дайте ему подробное описание.

### **Case 2. HILTON - THE FIRST HOTEL ON THE MOON /Хилтон – Первый отель на Луне**

"Luna Hilton" - this will be the name of the first lunar hotel of the company "Hilton International". The company that owns the most prestigious hotels in the world has announced its intention to build the first 5-star hotel on the moon. This announcement came after the discovery of water on the Moon. The complex is expected to have 5,000 rooms. It will be equipped with two solar panels that will provide electricity. The project also provides for its own beach, "sea" and farm to provide guests with food. According to Peter George, managing director of Hilton International, a hotel on the moon is a grand idea. "WE hope to be the first to build a hotel on the Moon. We are confident that life can be sustained there," he said.

Hilton International is working closely with experts from NASA, which is expected to bring guests to the complex. To implement this idea, Hilton has already spent a little less than 100 thousand pounds (about 170 thousand dollars). This is much less than the £25 million (almost \$42 million) spent on the "lunar project" by three Japanese companies. In particular, the Japanese company Shimitsu plans to build a complex with tennis courts and golf courses.

Nishimatsu Construction Corporation intends to build the Escargot City complex on the Moon, consisting of three 10-story towers. Another company, Obayashi, is working on a project to create a lunar commune with 10,000 inhabitants.

British architect Peter Inston, who developed the "lunar project", proposed to build a 325-meter complex on the Moon, which will become the tallest hotel in the universe. There will be restaurants, a medical center, a church and even a school. High-speed elevators will take guests to their rooms. The supply of drinking water will be provided by a newly discovered ice reserve. The same water will be used for the "sea". As a "landscape" it is supposed to leave the natural lunar mountains. The future hotel even provides a "bus" for excursions on the moon. Inside all the premises of the complex, according to the plans of "Hilton", normal, earthly pressure will be maintained. In order to compensate for the lack of gravity, visitors will walk in shoes with magnetic soles. In addition, the project provides for its own spaceport, where "shuttles" will moor.

"Luna Hilton" - так будет называться первый лунный отель компании "Hilton International". Компания, владеющая самыми престижными отелями в мире, объявила о намерении построить первый 5-звездочный отель на Луне. Это объявление последовало после обнаружения воды на Луне.

Комплекс ожидается иметь 5000 номеров. Его оборудование будет включать две солнечные панели, обеспечивающие электроэнергией. Проект также предусматривает собственный пляж, "море" и ферму для обеспечения гостей пищей. По словам Питера Джорджа, исполнительного директора Hilton International, отель на Луне - это великая идея. "Мы надеемся быть первыми, кто построит отель на Луне. Мы уверены, что жизнь там может быть поддержана", - сказал он.

Hilton International тесно сотрудничает с экспертами из NASA, которая ожидается доставит гостей в комплекс. Для реализации этой идеи Hilton уже потратил немного менее 100 тысяч фунтов (примерно 170 тысяч долларов). Это намного меньше, чем 25 миллионов фунтов (почти 42 миллиона долларов), потраченных на "лунный проект" тремя японскими компаниями. В частности, японская компания Shimitsu планирует построить комплекс с теннисными кортами и полями для гольфа. Корпорация Nishimatsu Construction намерена построить комплекс Escargot City на Луне, состоящий из трех 10-этажных башен. Другая компания, Obayashi, работает над проектом создания лунной коммуны с 10 000 жителями.

Британский архитектор Питер Инстон, разработавший "лунный проект", предложил построить комплекс высотой 325 метров на Луне, который станет самым высоким отелем во вселенной. Там будут рестораны, медицинский центр, церковь и даже школа. Скоростные лифты доставят гостей в их номера. Поставку питьевой воды обеспечит вновь обнаруженный запас льда. Та же вода будет использоваться для "моря". В качестве "ландшафта" предполагается оставить природные лунные горы. В будущем отель даже предоставит "автобус" для экскурсий по Луне.

Британский архитектор Питер Инстон, разработавший "лунный проект", предложил построить комплекс высотой 325 метров на Луне, который станет самым высоким отелем во вселенной. Там будут рестораны, медицинский центр, церковь и даже школа. Скоростные лифты доставят гостей в их номера. Поставку питьевой воды обеспечит вновь обнаруженный запас льда. Та же вода будет использоваться для "моря". В качестве "ландшафта" предполагается оставить природные лунные горы. В будущем отель даже предоставит "автобус" для экскурсий по Луне. Внутри всех помещений комплекса, согласно планам "Hilton", будет поддерживаться обычное, земное давление. Для компенсации отсутствия гравитации посетители будут ходить в обуви с магнитными подошвами. Кроме того, проект предусматривает собственный космодром, куда будут пришвартовываться "шаттлы".

### ***Questions and tasks / Вопросы и задания***

1. How do you evaluate the idea of such a tourism product? / Как вы оцениваете идею такого туристического продукта?
2. Develop proposals for the formation of a program for its introduction to the market. / Разработайте предложения по формированию программы его внедрения на рынок.
3. What conditions are necessary for its commercial success? / Какие условия необходимы для его коммерческого успеха?
4. Why does the development and introduction of a new tourism product to the market contain significant risk? How can it be reduced? / Почему разработка и внедрение нового туристического продукта на рынок несет значительные риски? Как их можно уменьшить?

### **Case 3.**

The company seeks to figure out how to "turn" its employees to customer service. The formation of a favorable climate is carried out continuously.



The company's human resources department announces a special recruitment of new employees. Those who are hired are given written instructions on where to show up, what to wear, and how long each stage of training will last.

On their first day of work, new employees arrive for an orientation seminar. They sit four people at a table, receive name plates, enjoy coffee and juices. They introduce themselves and get to know each other. As a result, each new employee receives information about the other three employees and feels part of the team.

- At the presentation, employees are initiated into the philosophy of the company and get acquainted with its activities. They learn that they have to work in the entertainment business. They are the future members of a single team, whose work must be carried out with interest, be competent, professional and have the goal of serving visitors as best as possible.
- New employees are additionally trained on how to correctly answer the most frequently asked questions by visitors. If the employee does not know the answer, he can dial the telephone number of the help desk operator, which will help him answer the most difficult and non-standard question.
- Employees receive a special newspaper that provides information about the company's activities, offers for education and staff development.
- Each manager of the company spends one week annually on “cross” work, i.e. leaves his workplace and goes to the Front Line, for example, to control tickets or disembark visitors from attractions.
- A survey of the company's employees is regularly conducted on the degree of their satisfaction with their work, complaints and claims addressed to the management.

Компания стремится выяснить, как "перевернуть" своих сотрудников на обслуживание клиентов. Формирование благоприятного климата осуществляется непрерывно. Отдел кадров компании объявляет специальный набор новых сотрудников. Тем, кто принимается на работу, выдают письменные инструкции о том, куда явиться, что надеть и сколько будет длиться каждый этап обучения. В свой первый рабочий день новые сотрудники приходят на ориентировочный семинар. Их сажают за стол вчетвером, выдают настольные таблички, предоставляют кофе и соки. Они представляют себя и знакомятся друг с другом. В результате каждый новый сотрудник получает информацию о трех других сотрудниках и чувствует себя частью команды.

- На презентации сотрудников посвящают в философию компании и знакомят с ее деятельностью. Они узнают, что им предстоит работать в индустрии развлечений. Они будут членами единой команды, работа которой должна выполняться с интересом, быть компетентной, профессиональной и иметь цель наилучшего обслуживания посетителей.
- Новых сотрудников дополнительно обучают тому, как правильно отвечать на наиболее часто задаваемые вопросы посетителей. Если сотрудник не знает ответа, он может позвонить по телефону оператору службы справок, который поможет ему ответить на самые сложные и нестандартные вопросы.
- Сотрудники получают специальную газету, в которой представлена информация о деятельности компании, предложения по образованию и развитию персонала.
- Каждый менеджер компании проводит одну неделю в году на "перекрестной" работе, то есть покидает свое рабочее место и уходит на первую линию, например, чтобы

контролировать билеты или сопровождать посетителей на аттракционах. – Регулярно проводится опрос сотрудников компании на предмет удовлетворенности своей работой, жалоб и претензий, адресованных руководству.

### ***Questions and tasks / Вопросы и задания***

1. Evaluate the above situation (for each item) from the position of marketing. / Оцените вышеуказанную ситуацию (для каждого пункта) с позиции маркетинга.
2. To what extent can the experience of the company be used in the activities of domestic tourism enterprises? / Насколько опыт компании может быть использован в деятельности предприятий внутреннего туризма?
3. What criteria determine the culture of an enterprise? Give examples of tourism enterprises with a high organizational culture. / Какие критерии определяют культуру предприятия? Приведите примеры туристических предприятий с высокой организационной культурой.
4. What is the service culture? How does it relate to the internal marketing of a tourism enterprise? Discuss possible ways to use marketing technology in HR management issues. / Что такое культура обслуживания? Как она связана с внутренним маркетингом туристического предприятия? Обсудите возможные способы использования

2. Sellers of tourist services are aware of the importance of the human factor. Impressions from communication with staff largely determine the opinion of consumers about a tourist enterprise. Продавцы туристических услуг осознают важность человеческого фактора. Впечатления от общения с персоналом в значительной степени определяют мнение потребителей о туристическом предприятии.

#### ***Task: Задание***

Give the rationale for the five steps you, as a tour operator, would take to train staff.

Дайте обоснование для пяти шагов, которые вы, как туроператор, предпримете для обучения персонала.

3. Contact audiences have a significant impact on the activities of a tourism enterprise.

Контакт с потребителями оказывает значительное воздействие на деятельность туристического предприятия.

#### ***Task / Задание***

Suggest activities of a travel company that would contribute to the establishment and maintenance of mutual understanding between it and the consumer protection society.

Предложите мероприятия туристической компании, которые способствовали бы установлению и поддержанию взаимопонимания между ней и обществом по защите прав потребителей.

4. The most successful tourism enterprises understand that the marketing environment brings new opportunities and new threats. You are the marketing specialist of one of these enterprises and clearly understand that the main responsibility for determining the trends in the macro environment lies with you.

Самые успешные предприятия в сфере туризма понимают, что маркетинговая среда приносит новые возможности и новые угрозы. Вы являетесь маркетинговым специалистом одного из таких предприятий и хорошо осознаете, что основная ответственность за определение тенденций в макро-среде лежит на вас.

***Questions and tasks / Вопросы и задания***

How can you organize and carry out such an analysis? What sources of information will you use? Describe the influence and trends of six macro-environmental factors in the development of tourism in Primorsky Krai. Pay special attention to the relationship and interaction of factors.

Как можно организовать и провести такой анализ? Какие источники информации вы будете использовать? Опишите влияние и тенденции шести макро-окружающих факторов на развитие туризма в Приморском крае. Обратите особое внимание на взаимосвязь и взаимодействие факторов.

5. The most successful businesses understand that the marketing environment brings new opportunities and new threats. You are the marketing specialist of one of these enterprises and clearly understand that the main responsibility for determining the trends in the macro environment lies with you.

Самые успешные компании понимают, что маркетинговая среда приносит новые возможности и угрозы. Вы являетесь маркетинговым специалистом одной из таких компаний и отчетливо понимаете, что главная ответственность за определение тенденций в макро-среде лежит на вас.

***Questions / Вопросы***

How can you organize and carry out such an analysis? What sources of information will you use?

Как вы можете организовать и провести такой анализ? Какие источники информации вы будете использовать?

***Test questions / Вопросы для тестирования***

1. What is the enterprise marketing environment? What are the goals of her research? / Что представляет собой маркетинговая среда предприятия? Каковы цели ее исследования?

2. What trends in the development of the macro environment give rise to changes in the menu of restaurants? / Какие тенденции в развитии макросреды приводят к изменениям в меню ресторанов?

3. How does the marketing environment influence the design of hotels and restaurants? Give specific examples. / Как маркетинговая среда влияет на дизайн отелей и ресторанов? Приведите конкретные примеры.

4. What demographic changes are affecting the hospitality industry? What are the predictable consequences of these changes? / Какие демографические изменения влияют на индустрию гостеприимства? Какие предсказуемые последствия этих изменений?

5. Changes in political and legal factors are likely, but can they be foreseen? How should an enterprise plan its activities in the face of an uncertain political situation? / Изменения в политических и правовых факторах вероятны, но их можно предвидеть? Как предприятию следует планировать свою деятельность в условиях неопределенной политической ситуации?
6. Give an example of a trend in the development of the macro environment and explain how it has affected the activities of a well-known hospitality industry enterprise. / Приведите пример тенденции в развитии макросреды и объясните, как она повлияла на деятельность известного предприятия индустрии гостеприимства.
7. Public organizations play an important role in protecting the interests of consumers. Suggest areas of activity of the hotel enterprise that would contribute to the establishment and maintenance of mutual understanding between it and the consumer rights protection society. / Общественные организации играют важную роль в защите интересов потребителей. Предложите направления деятельности гостиничного предприятия, которые способствовали бы установлению и поддержанию взаимопонимания между ним и обществом защиты прав потребителей.
8. What marketing policy should the enterprise choose in relation to its internal contact audience? Suggest several options. / Какую маркетинговую политику следует выбрать предприятию в отношении своей внутренней аудитории контакта? Предложите несколько вариантов.
9. Expand the content of the SWOT analysis method. Specify its capabilities and limitations in determining the marketing opportunities of the enterprise. / Расширьте содержание метода SWOT-анализа. Укажите его возможности и ограничения в определении маркетинговых возможностей предприятия.

## 5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

**5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):** в рамках сдачи экзамена предусматривается устный ответ студентом по билетам.

*В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.*

### 5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-4.1	Осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке и использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации.	<p>Выстроена внутренняя логика деловой коммуникации.</p> <p>Слышит собеседника.</p> <p>В тексте не допущено языковых ошибок.</p> <p>Выполнены требования по оформлению документа.</p> <p>Содержание документа логически выстроено в соответствии с выбранной формой.</p> <p>Не испытывает затруднений в выборе языковых средств.</p> <p>Речь грамотная, свободная.</p> <p>Слышит собеседника адекватно реагирует на его аргументацию.</p> <p>Не допускает речевых ошибок.</p>

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
		<p>Владеет специфической лексикой, распространенной в деловой сфере. Использована специфическая лексика, применяемая в деловой сфере. Правильно собрана, обобщена и представлена информация о результатах профессиональной деятельности. Чётко определены современные способы представления результатов академической и профессиональной деятельности туристского работника, ясна их сравнительная характеристика: текстовые работы, устные выступления, презентации, видеофильмы. Знать факторы, влияющие на выбор стиля и форм общения с различными аудиториями участников совместной деятельности. Хорошо владеет иностранным языком в объеме, необходимом для возможности устной и письменной коммуникации и получения информации из иностранных источников. Правильное использование современных средств информационно-коммуникационных технологий.</p>
УК-5.1	Осуществляет социальную политику и социальное развитие организации с учетом межкультурного взаимодействия.	<p>Эффективно выявляет сущность взаимосвязи социальной политики и актуального состояния социальной сферы; основные тенденции и механизмы управления в социальной сфере. Четко формулирует основные принципы руководства коллективом в сфере своей профессиональной деятельности. Четко формулирует основные принципы толерантного руководства коллективом в условиях наличия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий в коллективе.</p>

### Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

#### Перечень вопросов к экзамену

*Изложите теоретические основы по данной теме (дайте определения, перечислите и назовите) и обоснуйте (аргументируйте и продемонстрируйте) свое отношение к данной теме (на конкретном примере):*

**Questions for evaluating the result of mastering "Know" (Вопросы для оценки уровня знаний):**

1. The main types of business tourism / Основные виды делового туризма.
2. Feature of accommodation facilities in congress and exhibition tourism / Особенности размещения в конгрессно-выставочном туризме.
3. The concept and main types of incentive tourism / Понятие и основные виды стимулирующего туризма.

4. Congress. Seminars and trainings. Business meetings / Конгрессы. Семинары и тренинги. Бизнес-встречи.
5. Tourism development and tourism potential for the development of business tourism / Развитие туризма и туристический потенциал для развития делового туризма.
6. The main tourist areas for the development of business tourism / Основные туристические направления для развития делового туризма.
7. Trends in the modern development of business tourism in Russia and abroad / Тенденции в современном развитии делового туризма в России и за рубежом.
8. Prospects for the development of business tourism / Перспективы развития делового туризма.
9. Major international exhibitions. Major Russian exhibitions / Крупные международные выставки. Крупные российские выставки.
10. The concept, classification and significance of exhibitions / Понятие, классификация и значение выставок.
11. Territorial placement of MICE tourism / Территориальное размещение MICE-туризма.
12. Regulatory regulation of MICE tourism / Регулирование MICE-туризма.
13. The concept of information and communication technologies / Понятие информационно-коммуникационных технологий.
14. Additional services in business services in transport / Дополнительные услуги в деловых услугах в сфере транспорта.

**Questions for evaluating the result of mastering "To be able" (Вопросы для оценки уровня умений):**

1. Apply the requirements for rail transport when conducting business events. / Формирование требований к железнодорожному транспорту при проведении деловых мероприятий.
2. Apply the requirements for road transport when conducting business events. / Формирование требований к автомобильному транспорту при проведении деловых мероприятий.
3. Organize business receptions. / Организация деловых приемов.
4. Organize business negotiations. / Организация деловых переговоров.
5. Organize catering for business events. / Организация кейтеринга на деловых мероприятиях.
6. Apply the culture of restaurant service. / Применение культуры обслуживания в ресторане.
7. Organize a corporate event. / Организация корпоративного мероприятия.
8. Conduct a study of meeting the needs of the individual in services ... (on the example of a particular enterprise). / Проведение исследования удовлетворения потребностей потребителя в услугах... (на примере конкретного предприятия).
9. Apply modern information technologies and software in the field of management of hotel and restaurant enterprises. / Применение современных информационных технологий и программного обеспечения в области управления гостиничными и ресторанными

предприятиями.

10. Ensure the safety of accommodation in hotels and tourist complexes when serving business tourists / Обеспечение безопасности размещения в гостиницах и туристических комплексах при обслуживании деловых туристов.
11. Analyze the state and prospects for the development of MICE tourism in the Russian Federation. / Проанализируйте состояние и перспективы развития MICE-туризма в Российской Федерации.
12. Analyze the MICE tourism infrastructure. / Проанализируйте инфраструктуру MICE-туризма.
13. Apply information and communication technologies in the promotion and implementation of a tourist product with a business component. / Применение информационно-коммуникационных технологий в продвижении и внедрении туристического продукта с бизнес-компонентом.
14. Provide transport services to tourists as part of the organization of business services. / Оказание транспортных услуг туристам как часть организации деловых услуг.

**Questions for evaluating the result of mastering "Have skills" (Вопросы для оценки уровня навыков):**

1. The use of rail transport to ensure business events. / Использование железнодорожного транспорта для обеспечения деловых мероприятий.
2. The use of road transport to ensure business events. / Использование дорожного транспорта для обеспечения деловых мероприятий.
3. Application of the concepts of logistics, visa support. / Применение концепций логистики, визовой поддержки.
4. Organization of public catering services in business tourism. / Организация общественного питания в деловом туризме.
5. Possession of etiquette in business tourism and in the organization of business events. / Владение этикетом в деловом туризме и при организации деловых мероприятий.
6. Work with individual clients. / Работа с индивидуальными клиентами.
7. Application of the main stages of designing the service of corporate events. / Применение основных этапов проектирования услуг корпоративных мероприятий.
8. Catering for business events. / Обеспечение питания на деловых мероприятиях.
9. Reception of foreign delegations. / Прием иностранных делегаций.
10. Negotiating. / Переговоры.
11. Application of requirements for business hotels and conference rooms. / Применение требований к деловым отелям и конференц-залам.
12. Reception of foreign delegations. / Прием иностранных делегаций.
13. Promotion of a tourist product with a business component in transport. / Продвижение туристического продукта с бизнес-компонентом в транспорте.
14. Implementation of a tourist product with a business component in transport. / Внедрение туристического продукта с бизнес-компонентом в транспорт.
15. Formation of an information support system for the process of serving tourists in the MICE industry. / Формирование информационной системы поддержки процесса

обслуживания туристов в индустрии МІСЕ.

### **Шкала оценивания**

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

**Оценка «отлично»** выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- глубокое и системное знание всего программного материала учебного курса, изложил ответ последовательно и убедительно;
- отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей дисциплины;
- умение правильно применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач;
- умение самостоятельно выполнять предусмотренные программой задания;
- навык обоснования принятого решения.

**Оценки «хорошо»** выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса;
- умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом умение преимущественно правильно применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач,
- умение выполнять предусмотренные программой задания;
- в целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

**Оценки «удовлетворительно»** выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса;
- затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины;
- затруднения с применением теоретических положений при решении практических вопросов и задач,

**Оценка «неудовлетворительно»** выставляется в случае, если при устном ответе студент проявил (показал):

- незнание либо отрывочное представление учебно-программного материала;
- неумение использовать научно-понятийный аппарат и терминологию учебной дисциплины;



- неумение применять теоретические положения при решении практических вопросов и задач,
- неумение выполнять предусмотренные программой задания.

### **6. Методические материалы по освоению дисциплины**

Студент допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Экзамены организуются в период сессии в соответствии с текущим графиком учебного процесса, утвержденным в соответствии с установленным в СЗИУ порядком. Продолжительность экзамена для каждого студента не может превышать четырех академических часов. Экзамен не может начинаться ранее 9.00 часов и заканчиваться позднее 21.00 часа. Экзамен проводится в аудитории, в которую запускаются одновременно не более 5 человек. Время на подготовку ответов по билету каждому обучающемуся отводится 45 минут. При явке на экзамен обучающийся должен иметь при себе зачетную книжку. Во время экзамена обучающиеся по решению преподавателя могут пользоваться учебной программой дисциплины и справочной литературой. Оценка за экзамен проставляется в экзаменационной ведомости и зачетных книжках студентов, при этом оценки «неудовлетворительно» в зачетную книжку студентов не проставляются.

Обучение по дисциплине Б1.В.02 «Особенности обслуживания премиального сегмента делового и событийного туризма / Features of servicing the premium segment of business and event tourism» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции и практические занятия) и самостоятельной работы студентов, включая подготовку к зачёту. Практические занятия дисциплины Б1.В.02 «Особенности обслуживания премиального сегмента делового и событийного туризма / Features of servicing the premium segment of business and event tourism» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

#### ***Подготовка к лекции***

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

#### ***Подготовка к лекции заключается в следующем:***

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора); ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

#### ***Подготовка к практическим занятиям:***

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;

- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

**Подготовка к опросу** представляет собой проектирование студентом обсуждения в группе в форме дискуссии. В этих целях студенту необходимо:

- самостоятельно выбрать тему (проблему) для проведения опроса;
- разработать вопросы, продумать проблемные ситуации (с использованием периодической, научной литературы, а также интернет-сайтов);
- разработать план-конспект обсуждения с указанием времени обсуждения, вопросов, вариантов ответов.

Выбранная студентом тема (проблема) должна быть актуальна на современном этапе развития, должен быть представлен подробный план-конспект, в котором отражены вопросы для дискуссии, временной регламент обсуждения, даны возможные варианты ответов, использованы примеры из науки и практики.

### **Методические указания по организации самостоятельной работы**

Самостоятельная внеаудиторная работа по курсу включает изучение учебной и научной литературы, повторение лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, а также к текущему и итоговому контролю.

Практические занятия предусматривают совершенствование навыков работы с аутентичными текстами и лексико-грамматическим материалом, методологии изучения предметной специфики курса

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены магистрантами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы магистрантов над учебной программой курса осуществляется в ходе практических занятий методом устного опроса или ответов на контрольные вопросы тем. В ходе самостоятельной работы каждый магистрант обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме. Обучающийся должен готовиться к предстоящему практическому занятию по всем, обозначенным в методическом пособии вопросам. Не проясненные (дискуссионные) в ходе самостоятельной работы вопросы следует выписать в конспект лекций и впоследствии прояснить их на практических занятиях или индивидуальных консультациях с ведущим преподавателем.

Самостоятельная работа обучающихся предполагает изучение в соответствии с данными методическими рекомендациями учебной и научной литературы, нормативных документов, данных научных исследований, материалов интернет-источников, а также выполнение практических заданий, подготовку докладов и реферата, подготовку к тестированию и контрольной работе, к опросам на занятиях и к зачету. Рекомендации по научной литературе, информационным источникам и учебно-методическому обеспечению самостоятельной работы содержатся в разделах 6 и 7 данной РПД.

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

1. Асанова, И. М. Организация культурно-досуговой деятельности [Текст] : учеб. для вузов / И. М. Асанова, С. О. Дерябина, В. В. Игнатьева. - 4-е изд., стер. - М. : Академия, 2014. - 192 с. : прил. - (Бакалавриат). - Библиогр. - ISBN 978-5-4468-1428-2
2. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Н.Ю. Веселова— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014.— 256 с.
3. Козлова Е.В., Завьялов А.А. "Организация бизнес-обслуживания" [Текст] : учеб. пособие для бакалавров/ Козлова Е.В., Завьялов А.А. Ростов-на-Дону; ФГБОУ ВО РГУПС. - Ростов н/Д : [б. и.], 2016. - 150 с.

### **Вопросы для самостоятельной подготовки к занятиям лекционного и семинарского типов**

#### **Контрольные вопросы**

1. What is program tourism? / Что такое программный туризм?
2. What is the basis of all types of tourism programs? / Что лежит в основе всех видов туристических программ?
3. What is the programmatic approach to tourist services based on? / На чем основан программный подход к туристическому обслуживанию?
4. What are the necessary components of tourism programming? / Какие есть основные необходимые компоненты туристической программы?
5. What is included in the concept of a quality and attractive service program? / Что входит в понятие качественной и привлекательной программы обслуживания?
6. What is the optimality of the tourist program? / Что такое оптимальность туристической программы?
7. What are the psychological principles of tourist programming based on? / На чем основаны психологические принципы формирования туристических программ?
8. Name the modern principles of software maintenance. / Назовите современные принципы сопровождения программного обеспечения.
9. What is characterized and by what methods is hospitality achieved in tourist services? / Чем характеризуется и какими методами достигается гостеприимство в туристических услугах?
10. Tell us about the service technology and the climate of interaction with tourists. Name the signs of attention rendered to tourists during service. / Расскажите о технологиях и принципах обслуживания и взаимодействия с туристами. Назовите отличительные признаки, оказываемые туристам во время обслуживания.
11. Tell us about the principle of exemption and its importance in serving tourists. / Расскажите о принципе освобождения и его значении в обслуживании туристов.
12. What are the three main installations of modern tour operating. / Назовите три основные установки современного туроператора.

#### **Методические рекомендации по подготовке к опросу**

Устный опрос является одним из основных способов проверки усвоения знаний обучающимися. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на определенную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях. Основные критерии оценки устного ответа:

правильность ответа по содержанию; полнота и глубина ответа; логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией); использование дополнительного материала.

Подготовка обучающихся к опросу предполагает изучение в соответствии тематикой дисциплины основной/ дополнительной литературы, нормативных документов, интернет-источников.

### **Методические рекомендации по подготовке реферата**

Реферат – это самостоятельное, содержательное исследование по выбранной теме.

Подготовка реферата предусматривает:

- изучение литературы, справочных и научных источников (включая зарубежные) по теме исследования;
- самостоятельный анализ основных концепций по изучаемой проблеме;
- уточнение основных понятий и научных положений;
- резюмирование полученных выводов.

Структура реферата должна способствовать раскрытию избранной темы и ее составных элементов:

- во введении должно быть указано: актуальность выбранной темы, ее значимость, цели и задачи, объект и предмет исследования, методы достижения поставленных целей и задач, обзор библиографии по теме работы;
- основная часть работы должна содержать не менее двух глав, разбитых на параграфы.

Деление параграфов на подпараграфы нецелесообразно. Названия параграфов не должны повторять название темы реферата. В конце каждого параграфа и каждой главы делается небольшой вывод. Все части должны быть изложены в строгой логической последовательности и взаимосвязи.

Текст целесообразно иллюстрировать схемами, таблицами, диаграммами, графиками, рисунками и т. д.

В заключении должны быть сформулированы основные выводы, сделанные в результате исследования.

Список использованной литературы должен содержать не менее 10-20 названий, включая нормативно-правовые акты.

Текст реферата должен продемонстрировать знание студентом основной литературы по данной теме, умение выделить проблему и определить методы ее решения, умение последовательно изложить существо рассматриваемых вопросов, приемлемый уровень языковой грамотности, включая владение функциональным стилем научного изложения.

Объем реферата должен составлять 15-20 страниц печатного текста. В указанный объем не включаются приложения, которые сшиваются вместе с работой.

Работа имеет титульный лист, структурный план и соответствующее оформление. В работе используется сплошная нумерация страниц. Второй страницей является содержание работы. На титульном листе номер страницы не проставляется. Введение, каждая глава, заключение, а также список использованных источников начинаются с новой страницы.

### **Методические рекомендации по защите кейсов:**

Кейсы – это проблемные ситуации, специально разработанные на основе фактического материала для оценки умений и навыков обучающихся.

Цель метода применения кейсов - научить обучающихся, анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать наиболее рациональное решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать и анализировать их.

На знакомство и решение кейса обучающемуся отводится 30 мин. Обучающийся знакомится с материалом кейса. Осмысливает ситуацию. Если необходимо, собирает необходимую информацию по ситуации. Рассматривает альтернативы решения проблемы и находит ее верное или оптимальное решение. Обучающийся презентует (защищает) свое решение. Преподаватель оценивает качество выполнения задания по критериям: диагностики проблемы, качества предложений и рекомендаций по решению кейса, качества изложения материала.

### **Методические рекомендации по контрольной работе**

Контрольная работа выполняется с целью закрепления знаний, полученных студентом в ходе лекционных и семинарских занятий и приобретения навыков самостоятельного понимания и применения нормативно-правовых актов и специальной литературой. Написание контрольной работы призвано оперативно установить степень усвоения студентами учебного материала дисциплины и формирования соответствующих компетенций. Контрольная работа может включать знакомство с основной, дополнительной и нормативной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующих для запоминания и являющихся основополагающими в теме и (или) составление аннотаций к прочитанным литературным источникам, решение конкретных правовых вопросов, задач и юридических казусов. Содержание подготовленного студентом ответа на поставленные вопросы контрольной работы должно показать знание студентом теории вопроса и практического ее разрешения.

Контрольная работа выполняется студентом, в срок установленный преподавателем в письменном (печатном или рукописном) виде.

Перед написанием работы необходимо внимательно ознакомиться с содержанием вопросов (или задачи) по лекции, учебнику, изучить действующее законодательство и рекомендуемую литературу, действующее конституционное законодательство и в необходимых случаях -судебную и правоприменительную практику. Ответы на контрольные вопросы должны быть полными, обстоятельно изложены и в целом раскрывающими содержание вопроса. Используя нормативный материал, нужно давать точные и конкретные ссылки на соответствующие нормативные акты: указать их название, кем и когда они приняты, где опубликованы. При этом очень важно обращаться непосредственно к самим актам, точно излагать содержание, а не воспроизводить их положения на основании учебной литературы или популярной литературы

## **7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### **7.1. Основная литература**

1. Бураковская, Н. В. Обслуживание в гостиничном комплексе особых категорий клиентов : учебное пособие для вузов / Н. В. Бураковская, О. В. Лукина, Ю. Р. Солодовникова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 98 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11735-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/457038>
2. Валеева Е.О. Технология и организация турагентской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Валеева Е.О.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2015.— 74 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31940.html>
3. Казакевич, Т. А. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса : учебное пособие для вузов / Т. А. Казакевич. — 2-е изд., доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 188 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-07278-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/437462>
4. Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 332 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09303-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451744>

## **7.2. Дополнительная литература**

1. Бердышев С.Н. Организация выставочной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Бердышев С.Н.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2010.— 178 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/851.html>
2. Ермакова Ж.А. Экономика транспортного обслуживания в туризме (конспект лекций) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ермакова Ж.А., Тетерятник О.П., Лучко Н.В.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2013.— 111 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30141.html>
3. Ефимова Г.Н. Организация обслуживания. Часть 1 [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Ефимова Г.Н.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Московский гуманитарный университет, 2012.— 52 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14520.html>
4. Киреева Ю.А. Основы туризма [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие/ Киреева Ю.А.— Электрон. текстовые данные.— Москва: Российская международная академия туризма, Советский спорт, 2010.— 108 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14289.html>
5. Малыгина М.В. Технология организации турагентской и туроператорской деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Малыгина М.В.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Издательский центр КАН, 2017.— 136 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/95633.html>

## **7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация**

1. Конституция Российской Федерации (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации)

2. Федеральный закон "О техническом регулировании" от 27.12.2002 N 184-ФЗ (последняя редакция)
3. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция)
4. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 24.04.2020) "О защите прав потребителей"
5. Приказ Минкультуры РФ от 11 июля 2014 г. N 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями»
6. ГОСТ Р 53603-2009 «Оценка соответствия. Схемы сертификации продукции в Российской Федерации».
7. ГОСТ Р 54659-2011 «Оценка соответствия. Правила проведения добровольной сертификации услуг (работ)».
8. ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»
9. ГОСТ Р 51185 – 2008 «Средства размещения. Общие требования»
10. ГОСТ Р 53423 – 2009 «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов. Термины и определения».
11. ГОСТ Р 53522 – 2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения».
12. ГОСТ Р 50644-2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов».
13. ГОСТ Р 50681-2009 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг».
14. ГОСТ Р 53997 – 2010 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования».
15. ГОСТ Р 53998 – 2010 «Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования».
16. ГОСТ Р 54599 – 2011 «Услуги средств размещения. Общие требования к услугам санаториев, пансионатов, центров отдыха».
17. ГОСТ Р 54604 – 2011 «Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования».
18. ГОСТ Р 54605-2011 «Туристские услуги. Услуги детского и юношеского туризма. Общие требования».
19. ГОСТ Р 54606-2011 «Услуги малых средств размещения. Общие требования».
20. ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования».
21. ГОСТ Р 54601-2011 «Туристские услуги. Безопасность активных видов туризма. Общие положения».
22. ГОСТ Р 54602-2011 «Туристские услуги. Услуги инструкторов-проводников. Общие требования».
23. ГОСТ Р 54603-2011 «Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу».
24. ГОСТ РЕН 13809-2012 «Туристские услуги. Туроператоры и турагенты. Терминология».
25. ГОСТ Р ЕН 14804-2012 «Туристские услуги. Организаторы образовательных языковых туров. Требования».
26. ГОСТ Р ЕН 15565-2012 «Туристские услуги. Требования к обеспечению профессиональной подготовки туристских гидов и программ повышения квалификации».

27. ГОСТ Р 55318-2012 «Туристские услуги. Общие требования к персоналу туроператоров и турагентов».

28. ГОСТ Р 55319-2012 «Услуги средств размещения. Общие требования к специализированным средствам размещения».

#### 7.4. Интернет-ресурсы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

##### *Русскоязычные ресурсы*

- Электронные учебники электронно - библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно – библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист - Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов Электронная Библиотека Диссертаций РГБ
- Информационно-правовые базы - Консультант плюс, Гарант.

##### **Англоязычные ресурсы**

• EBSCO Publishing – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов.

• Emerald – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

Возможно использование, кроме вышеперечисленных ресурсов, и других электронных ресурсов сети Интернет.

#### 7.5. Иные источники

1. <http://www.rata.ru/> - Российский союз туриндустрии,
2. <http://www.unwto.org/index.php> - Всемирная туристская организация UNWTO.
3. <http://www.russiatourism.ru/> - Сайт Федерального агентства по туризму Минкультуры России.

#### 8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

№ п/п	Наименование
-------	--------------



1.	Специализированные классы для проведения лекций и практических занятий
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.

***Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов:***

Пакеты программного обеспечения общего назначения (текстовые редакторы, графические редакторы).

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (справочные системы, н-р, Консультант или Гарант, поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Допускается применение системы дистанционного обучения с использованием платформ TEAMS, Zoom, Skype for Business, СДО Moodle

**Информационные справочные системы:**

1. Правовая система «Гарант-Интернет» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garweb.ru>.
2. Правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/](http://http://www.consultant.ru/)