

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 15.11.2024 10:38:02
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffda443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Наименование дисциплины	<i>Менеджмент и маркетинг в туристской индустрии</i>
Направление подготовки / Специальность	<i>43.03.02 Туризм</i>
Направленность (профиль) / Специализация	<i>Технологии организации туристской деятельности</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Разработчик(и)	<i>Лось Михаил Анатольевич, старший преподаватель</i>

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися
«Отсутствуют».

2. План самостоятельной работы

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности/ контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак.ч.)*
1	2	3	4	5	6
1	УВ №7, Практическое занятие 5, "Презентация докладов"	Подготовка доклада по заданной теме с презентацией для последующей защиты	доклад, презентация	5	15
2	УВ №22, Практическое занятие 15, "Защита рефератов"	Подготовка реферата заданной теме по разработанным рекомендациям и презентации для последующей защиты	реферат, презентация	5	20
3	УВ №24, Практическое занятие 16, "Организация деятельности маркетинговой службы"	Подготовка проекта: разработка плана продвижения туристского продукта	проект, презентация	10	26
4	УВ №30, Аттестация 1, "Экзамен по дисциплине"	Подготовка к экзамену	устный ответ на экзаменационный билет	-	15
					Итого: 76

3. Требования и рекомендации по выполнению самостоятельных работ обучающихся, критерии оценивания

УВ №7, Практическое занятие 5, "Презентация докладов. Доклад - публичное выступление на иностранном языке, ориентированное на освещение, представление аудитории определенной темы; является важной формой работы, которая расширяет общий кругозор студента за счет использования дополнительных источников; учит планировать длительное высказывание с логическими переходами от одной мысли к другой, расширяет словарный запас, развивает коммуникативную компетенцию в целом. Визуально-коммуникативная поддержка способствует эффективному и результативному усвоению материала. Критерии оценивания доклада: полнота раскрытия темы, ясность и логичность работы. Требования к презентации: 7-10 слайдов, соответствие информации на слайдах докладу студента. Критерии оценивания презентации: структурированность, оригинальность, эстетичность.

УВ №22, Практическое занятие 15, "Защита рефератов". Реферат - продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Обязательные разделы реферата: титульный лист, оглавление, введение (актуальность, цели, задачи), основная часть (1-3 раздела), заключение, библиографический список, приложения. Оформляется реферат по требованиям к письменным работам студентов. Объем работы до 20 страниц. Критерии оценивания реферата: полнота раскрытия темы, ясность, логичность и структурированность работы, соответствие требованиям оформления. Требования к презентации: 7-10 слайдов, четкая структура (титульный лист, оглавление, введение с актуальностью, целями, задачами), основная часть, заключение, библиографический список). Критерии оценивания презентации: структурированность, оригинальность, эстетичность. Темы реферата можно посмотреть в системе Модеус в карточке дисциплины в УВ №22, Практическое занятие 15, "Защита рефератов". Темы студенты между собой распределяют самостоятельно.

УВ №24, Практическое занятие 16, "Организация деятельности маркетинговой службы". Проект - конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебно-практических и учебно-исследовательских заданий, позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления, может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся. Разрабатывается проект продвижения туристского продукта. Обязательные части проекта: титульный лист, оглавление, описание идеи, ее перспективность и преимущества, анализ рынка для предполагаемой идеи, маркетинговое исследование рынка, целевая аудитория и портрет потребителя основные конкуренты, стратегия маркетинга и ценообразование, реклама и формирование общественного мнения о фирме и товарах, бюджет маркетинга, приложение. Для процесса защиты обязательно составляется презентация. Объем проекта не менее 30 страниц. Критерии оценивания проекта: глубина и полнота проработки разделов, правильность экономических расчетов, логичность и структурированность работы, соответствие требованиям оформления. Требования к презентации: 10-15 слайдов, четкая структура, соответствующая содержанию проекта. Критерии оценивания презентации: структурированность, оригинальность, эстетичность.

4. Рекомендации по самоподготовке к промежуточной аттестации по дисциплине

Экзамен проходит в устной форме в виде ответа на вопросы экзаменационного билета. Учащийся выбирает один билет из предложенных с двумя вопросами, сгруппированными случайным образом. Каждый вопрос в билете оценивается по 5-ти бальной шкале. Итоговая оценка равна среднему арифметический балл по 2 вопросам (полученное значение округляется до ближайшего целого числа). Учащийся имеет время на подготовку.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он владеет понятийным аппаратом, демонстрирует глубину и полное овладение содержанием учебного материала, в котором легко ориентируется;

- оценка «хорошо» выставляется студенту, за умение грамотно излагать материал, но при этом содержание и форма ответа могут иметь отдельные неточности;

- оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент обнаруживает знания и понимание основных положений учебного материала, но излагает его неполно,

непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, не умеет доказательно обосновывать свои суждения;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажает их смысл.

Вопросы к экзамену:

1. Становление теории и практики маркетинга. Понятие сущности маркетинга.
2. Индустрия туризма и ее структура. Туристский рынок.
3. Сущность и специфика маркетинга в туризме. Современные тенденции развития маркетинга туристских предприятий.
4. Уровни и координация маркетинга в туризме. Модель системы маркетинга туристского предприятия, сущность ее основных структурных элементов.
5. Сущность маркетинговой информационной системы туристского предприятия. Система сбора первичной маркетинговой информации предприятия сферы сервиса и туризма.
6. Система анализа маркетинговой информации предприятия индустрии туризма
7. Сущность, содержание и формы маркетинговых исследований. Исследование среды маркетинга туристского предприятия.
8. Маркетинговые исследования туристского рынка. Маркетинговые исследования конкурентов предприятия сферы сервиса и туризма.
9. Маркетинговые исследования потребителей туристских услуг.
10. Стратегическое маркетинговое планирование деятельности туристского предприятия. Текущее планирование маркетинговой деятельности предприятия сервиса и туризма.
11. Сегментация туристского рынка. Выбор целевого рынка туристских услуг. Позиционирование туристского продукта.
12. Сущность понятия «маркетинг-микс» туристского предприятия. Понятие и структура туристского продукта.
13. Формирование продуктовой стратегии предприятия сферы сервиса и туризма. Разработка и внедрение на рынок нового туристского продукта.
14. Способы организации туристского продукта. Налаживание взаимовыгодного сотрудничества туроператора с поставщиками туристских услуг. Туристская документация.
15. Цена в комплексе маркетинга туристского предприятия. Основные этапы ценообразования туристского продукта.
16. Каналы сбыта туристского продукта. Сбытовая стратегия туристского предприятия.
17. Электронная коммерция в маркетинге туристского предприятия.

18. Сущность маркетинговых коммуникаций туристского предприятия.
19. Разработка коммуникационной стратегии предприятия индустрии туризма. Имидж туристского предприятия.
20. Служба маркетинга туристского предприятия.
21. Организационная структура службы маркетинга.
22. Система маркетингового контроля предприятия сферы сервиса и туризма.
23. Контроллинг в системе маркетинга туристского предприятия.
24. Внешнеэкономический маркетинг — особая составная часть маркетинга туристского предприятия.
25. Маркетинг глобализации деятельности турфирмы.
26. Специфика международного маркетинга в России.