Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 09.07.2025 14:51:55

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт менеджмента
Кафедра Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета
(протокол № 10 от 22 мая 2025 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины	Б1.В.15 Организация санаторно-курортной деятельности
Основная профессиональная образовательная программа	43.03.02 Туризм программа Управление бизнесом в сфере туризма

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2025

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Организация санаторно-курортной деятельности входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Консультационный проект, География туризма, Стратегический менеджмент, Туристско-рекреационное ресурсоведение, Экономика и управление в сфере услуг, Экскурсоведение, Мировая культура и искусство, Транспортное обеспечение в туризме, Стандартизация и сертификация в сервис-процессах, Мировая индустрия гостеприимства

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Организация санаторно-курортной деятельности в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен проектировать объекты туристской деятельности, рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-2	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	основы проектирования объектов туристской деятельности, методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста	проектировать объекты туристской деятельности, применять методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принимать и обосновывать эффективные управленческие решения	навыками проектирования объектов туристской деятельности, методиками расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принятия и обоснования эффективных управленческих решений

ПК-3 - Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-3	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	виды информационно-коммуникационных технологий в	использовать современные информационно-	навыками использования современных информационно-

	исследовании рынка туристских услуг и способы разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов	коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты	коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг, разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов
--	---	---	--

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	56.3/1.56
Занятия лекционного типа	36/1
Занятия семинарского типа	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	17.7/0.49
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

заочная форма

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 8
Контактная работа, в том числе:	6.3/0.18
Занятия лекционного типа	2/0.06
Занятия семинарского типа	2/0.06
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.3/0.01
Групповая контактная работа (ГКР)	2/0.06
Самостоятельная работа:	67.7/1.88
Промежуточная аттестация	34/0.94
Вид промежуточной аттестации:	
Экзамен	Экз
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Организация санаторно-курортной деятельности представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		

			Практич. занятия				соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
1.	Санаторно-курортный комплекс в системе национальной экономики	12	6			7,7	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
2.	Санаторно-курортный продукт	24	12			10	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
	Контроль	34						
	Итого	36	18	0.3	2	17.7		

заочная форма

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе	
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР			
			Практич. занятия					
1.	Санаторно-курортный комплекс в системе национальной экономики	1	1			37,7	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
2.	Санаторно-курортный продукт	1	1			30	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
	Контроль	34						
	Итого	2	2	0.3	2	67.7		

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Санаторно-курортный комплекс в системе национальной экономики	лекция	Санаторно-курортная деятельность: основные понятия
		лекция	История становления и развития санаторно-курортной деятельности
		лекция	Нормативно-правовые основы функционирования санаторно-курортных предприятий
		лекция	Ресурсное обеспечение функционирования предприятий санаторно-курортной отрасли
		лекция	Виды курортных зон. Классификация. Характеристики курортных зон
2.	Санаторно-курортный продукт	лекция	Специфика и классификация услуг санаторно-курортного комплекса.
		лекция	Медицинские услуги как целевая часть санаторного продукта

		лекция	Особенности организации питания и размещения в санаторно-курортных учреждениях
		лекция	Анимационно-досуговая деятельность на курортах
		лекция	Качество и конкурентоспособность санаторно-курортных услуг
		лекция	Формирование цен на санаторно-курортные услуги

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Санаторно-курортный комплекс в системе национальной экономики	практическое занятие	Санаторно-курортная деятельность: основные понятия
		практическое занятие	История становления и развития санаторно-курортной деятельности
		практическое занятие	Нормативно-правовые основы функционирования санаторно-курортных предприятий
		практическое занятие	Ресурсное обеспечение функционирования предприятий санаторно-курортной отрасли
2.	Санаторно-курортный продукт	практическое занятие	Специфика и классификация услуг санаторно-курортного комплекса
		практическое занятие	Медицинские услуги как целевая часть санаторного продукта
		практическое занятие	Особенности организации питания и размещения в санаторно-курортных учреждениях
		практическое занятие	Анимационно-досуговая деятельность на курортах
		практическое занятие	Качество и конкурентоспособность санаторно-курортных услуг Формирование цен на санаторно-курортные услуги

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Санаторно-курортный комплекс в системе национальной экономики	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Санаторно-курортный продукт	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. "Селиванов, В. В. Туристские ресурсы региона. Крым : учебник для вузов / В. В. Селиванов. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 195 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14798-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544528>
2. Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15237-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537593> "

Дополнительная литература

1. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07375-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537752> **Литература для самостоятельного изучения**

1.

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС ; ОС "Альт Рабочая станция" 10; ОС "Альт Образование" 10
2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный, МойОфис Стандартный 3, МойОфис Профессиональный 3

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» (<http://pravo.gov.ru/>)
3. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/>)
4. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
---	---

Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Организация санаторно-курортной деятельности:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	+
	Тестирование	+
Промежуточный контроль	Экзамен	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен проектировать объекты туристской деятельности, рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	<p>ПК-2.1: Знать:</p> <p>основы проектирования объектов туристской деятельности, методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста</p>	<p>ПК-2.2: Уметь:</p> <p>проектировать объекты туристской деятельности, применять методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принимать и обосновывать эффективные управленческие решения</p>	<p>ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):</p> <p>навыками проектирования объектов туристской деятельности, методиками расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принятия и обоснования эффективных управленческих решений</p>
Пороговый	<p>основы организации проектировать объекты туристской деятельности, применять методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принимать и обосновывать эффективные управленческие решения туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста</p>	<p>проектировать объекты туристской деятельности</p>	<p>навыками проектирования объектов туристской деятельности, методиками расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принятия и обоснования эффективных управленческих решений</p>
Стандартный (в дополнение к пороговому)	<p>основы проектирования объектов туристской деятельности, организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями</p>	<p>проектировать объекты туристской деятельности, применять методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с</p>	<p>навыками проектирования объектов туристской деятельности, методиками расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с</p>

	потребителя и (или) туриста	требованиями потребителя и (или) туриста	требованиями потребителя и (или) туриста
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	основы проектирования объектов туристской деятельности, методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста	проектировать объекты туристской деятельности, применять методики расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принимать и обосновывать эффективные управленческие решения	навыками проектирования объектов туристской деятельности, методиками расчета и анализа затрат деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, принятия и обоснования эффективных управленческих решений

ПК-3 - Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-3.1: Знать:	ПК-3.2: Уметь:	ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):
	виды информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг и способы разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов	использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты	навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг, разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов
Пороговый	виды информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг	использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг	навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг, разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов
Стандартный (в дополнение к пороговому)	виды информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг и способы разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов	использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные	навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг, разработки инновационных

		конкурентоспособные туристские продукты	конкурентоспособных туристских продуктов
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	виды информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг и способы разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов	использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты	навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг, разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Санаторно-курортный комплекс в системе национальной экономики	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Экзамен
2.	Санаторно-курортный продукт	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Оценка докладов Устный/письменный опрос Тестирование	Экзамен

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Санаторно-курортный комплекс в системе национальной экономики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Санаторно-курортный комплекс и его структура. 2. Организация работы санатория 3. Основные типы санаторно-курортных организаций 4. Правовое регулирование отношений в санаторно-курортной сфере. 5. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг 6. Природные ресурсы как основа развития санаторно-курортной деятельности 7. Экономические ресурсы предприятий санаторно-курортной сферы. 8. Трудовые ресурсы и корпоративная культура в сфере санаторно-курортного обслуживания 9. Характеристики курортных зон. 10. Терапевтико-оздоровительный эффект курортных зон 11. Особенности организации курортно-санаторного дела в зависимости от специфики курортной зоны 12. Специфика и классификация услуг санаторно-курортного комплекса 13. Медицинские услуги как целевая часть санаторного продукта 14. Особенности организации питания и размещения в санаторно-

	курортных учреждениях Анимационно-досуговая деятельность на курортах
Санаторно-курортный продукт	<ol style="list-style-type: none"> 15. Экономическая стратегия развития санаторно-курортных организаций 16. Управление затратами на предприятиях санаторно-курортного комплекса 17. Инновационные аспекты развития санаторно-курортной отрасли 18. Управление инвестиционной деятельностью в санаторно-курортном комплексе 19. Показатели экономической эффективности функционирования санаторно-курортных организаций 20. Социальные результаты развития санаторно-курортной сферы 21. Оценка факторов риска и неопределенности в санаторно-курортной деятельности 22. Маркетинговый комплекс санаторно-курортных организаций 23. Качество и конкурентоспособность санаторно-курортных услуг 24. Формирование цен на санаторно-курортные услуги 25. Особенности продаж санаторно-курортных путевок 26. Организация продвижения услуг санаторно-курортного комплекса 27. Проблемы санаторно-курортного комплекса и тенденции его развития <p>Программно-целевой подход в управлении санаторно-курортной деятельностью</p>

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
Санаторно-курортный комплекс в системе национальной экономики	<ol style="list-style-type: none"> 1. Классификация туристско-рекреационных ресурсов. 2. Природные ресурсы как основа развития санаторно-курортной деятельности. 3. Экономические ресурсы предприятий санаторно-курортной сферы. 4. Трудовые ресурсы и корпоративная культура в сфере санаторно-курортного обслуживания 5. Правовое регулирование отношений в санаторно-курортной сфере. 6. Лицензирование, стандартизация и сертификация санаторно-курортных услуг. 7. Классификация туристско-рекреационных ресурсов. 2. 2. Природные ресурсы как основа развития санаторно-курортной деятельности. 8. Экономические ресурсы предприятий санаторно-курортной сферы. 9. Трудовые ресурсы и корпоративная культура в сфере санаторно-курортного обслуживания 10. Характеристики. механизмы действия на организм 11. Характеристика основных курортов и курортных районов <p>Особенности организации санаторно-курортного дела</p>
Санаторно-курортный продукт	<ol style="list-style-type: none"> 12. Специфика и классификация услуг санаторно-курортного комплекса. 13. Медицинские услуги как целевая часть санаторного продукта. 14. Особенности организации питания в санаторно-курортных учреждениях. 15. Анимационно-досуговая деятельность на курортах 16. Экономическая стратегия развития санаторно-курортных организаций. 17. Управление затратами на предприятиях санаторно-курортного комплекса. 18. Инновационные аспекты развития санаторно-курортной отрасли. 19. Управление инвестиционной деятельностью в санаторно-курортном комплексе 20. Показатели экономической эффективности функционирования санаторно-курортных организаций .

	<p>21. Социальные результаты развития санаторно-курортной сферы.</p> <p>22. Оценка факторов риска и неопределенности в санаторно-курортной деятельности</p> <p>23. Маркетинговый комплекс санаторно-курортных организаций.</p> <p>24. Качество и конкурентоспособность санаторно-курортных услуг.</p> <p>25. Формирование цен на санаторно-курортные услуги.</p> <p>26. Особенности продаж санаторно-курортных путевок.</p> <p>27. Организация продвижения услуг санаторно-курортного комплекса</p> <p>28. Проблемы санаторно-курортного комплекса и тенденции его развития.</p> <p>Программно-целевой подход в управлении санаторно-курортной деятельностью</p>
--	--

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций
<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

1. Что является основной целью связей с общественностью (PR)?

Привлечение клиентов через рекламу

Создание положительного образа организации в глазах общественности

Продажа товаров и услуг

Увеличение прибыли предприятия

2. Как называется форма PR-деятельности, направленная на освещение важных событий?

Выставочная активность

Конференц-сопровождение

Организация семинаров

Пресс-релиз

3. Какой инструмент используется для информирования широкой публики о предстоящем событии?

Информационный буклет

Листовка

Веб-сайт

Приглашение

4. Какие группы входят в целевую аудиторию турагентства?

Только постоянные клиенты

Туристы всех возрастов и предпочтений

Местные жители города

Потенциальные туристы, партнеры, сотрудники

5. Для чего используют спонсорство в сфере туризма?

Получение налоговых льгот

Поднятие престижа туристического направления

Сокращение расходов на организацию мероприятий

Поддержка культурных и спортивных мероприятий для улучшения репутации региона

6. Чем отличается реклама от связей с общественностью?

Реклама оплачивается, PR бесплатен

Реклама носит коммерческий характер, PR направлен на создание общественного мнения

Реклама нацелена на долгосрочный эффект, PR — краткосрочный

Реклама регулируется государством, PR свободен от регулирования

7. Кто чаще всего выступает инициатором PR-кампании в туристическом бизнесе?

Агентства недвижимости

Гостиницы и рестораны

Государственные органы власти

Турфирма или организатор мероприятия

8. Что такое вирусная реклама?

Специально созданная новость для журналистов

Объявление на телевидении

Статья в газете

Информационное сообщение, быстро распространяемое пользователями самостоятельно

9. Основной задачей рекламы является:

Формирование спроса и стимулирование продаж

Предоставление справочной информации клиентам

Улучшение отношений внутри коллектива фирмы

Привлечение внимания потребителей к товару или услуге

10. Одним из эффективных методов PR является:

Рассылка коммерческих предложений

Прямая продажа туров

Организация онлайн-встреч с экспертами

Организация благотворительных акций

11. Какие средства массовой информации являются наиболее эффективными для размещения рекламы туристических продуктов?

Газеты и журналы узкой тематики

Интернет-ресурсы специализированных компаний

Региональные радиостанции

Интернет-сайты, телевидение, специализированные издания

12. Наиболее эффективным способом оценки эффективности рекламной кампании считается:

Количество положительных отзывов туристов

Рост числа подписчиков в соцсетях

Число проданных билетов

Рост объема продаж и привлечение новых клиентов

13. Важнейший элемент корпоративного стиля компании:

Сайт компании

Логотип и фирменные цвета

Руководство по эксплуатации продукции

Корпоративная культура сотрудников

14. Процесс целенаправленного распространения информации среди широких слоев населения с использованием средств массовой коммуникации называют:

Рекламой

Социальным воздействием

Политическими технологиями

Связями с общественностью (PR)

15. Основная цель внутренней рекламы в туристском предприятии:

Информирование потенциальных клиентов

Позиционирование своего товара перед конкурентами

Мотивация персонала и повышение лояльности сотрудников

Создание привлекательного имиджа организации

16. Типичный представитель службы по связям с общественностью (PR):

Менеджер по персоналу

Специалист по размещению рекламы

Финансовый директор

Специалист по взаимодействию со средствами массовой информации

17. В каком документе отражаются цели, задачи и бюджет рекламной кампании?

- Договор на оказание услуг
- Бизнес-план
- Устав компании
- Маркетинговая стратегия

18. К какому виду коммуникаций относится брендбук компании?

- Внутренняя корпоративная информация
- Официальные документы
- Технические инструкции
- Внешний коммуникативный документ

19. Почему PR-кампания важна для туристического бизнеса?

- Она повышает стоимость путевок
- Это требование законодательства
- Возможность продавать больше экскурсий
- Она способствует формированию благоприятного имиджа и привлечению клиентов

20. Специфический вид PR-коммуникации, используемый для презентации нового туристического маршрута, называется:

- Фотовыставка
- Интервью руководителя агентства
- Тематическая вечеринка
- Пресс-конференция

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме экзамена

Раздел дисциплины	Вопросы
Сущность рекламы и связей с общественностью в туризме	<ol style="list-style-type: none">1. История возникновения и развития рекламы в мире.2. История развития рекламы в России.3. Роль и значение рекламы на современном этапе развития общества.4. Понятие системы маркетинговых коммуникаций. Характеристика основных средств маркетинговых коммуникаций.5. Роль и значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций.6. Телевизионная реклама. Виды ТВ-рекламы. Особенности и недостатки.7. Специфика производства рекламы на радио. Виды радиорекламы. Ее достоинства и недостатки.8. Достоинства и недостатки печатной рекламы. Виды печатной рекламы.9. Наружная реклама. Преимущества и недостатки. Основные виды наружной рекламы.10. Реклама в Интернете. Преимущества и недостатки. Классификация рекламы в Интернет.11. Цели и функции сувенирной рекламы.12. Прямой маркетинг как одно из наиболее эффективных средств маркетинговых коммуникаций. Перспективы развития прямого маркетинга в России и за рубежом.13. Выставки и ярмарки как одна из древнейших форм продвижения продукции.14. Стимулирование сбыта как средство эффективного краткосрочного воздействия на поведение потребителей. Виды стимулирующих приемов.

	<p>15. Роль и значение внутренней рекламы в продвижении предприятия туризма. Классификация внутренней рекламы.</p> <p>16. Классификация рекламных средств.</p> <p>17. Информационные кампании: цели, организационные и содержательные особенности, разработка и проведение, оценка эффективности</p> <p>18. Коммуникационные кампании: цели, организационные и содержательные особенности, разработка и проведение, оценка эффективности</p> <p>19. СМИ как инструмент деятельности по связям с общественностью. Принципы взаимодействия со СМИ. Мониторинг СМИ</p> <p>20. Классификация рабочих мероприятий в связях с общественностью</p>
<p>Организация рекламы и связей с общественностью в туризме</p>	<p>21. Пресс-конференция и брифинг. Типы, правила подготовки и проведения</p> <p>22. Новостной повод. Основания для новостного повода. Оформление и представление новостного повода</p> <p>23. Выставка. Виды выставок. Правила подготовки и проведения</p> <p>24. Экскурсия. Виды экскурсий. Правила подготовки и проведения</p> <p>25. Презентация. Типы презентаций. Правила подготовки и проведения</p> <p>26. Эксклюзивные мероприятия в связях с общественностью</p> <p>27. Общественные слушания. Правила подготовки и проведения</p> <p>28. Благотворительные акции. Виды благотворительных акций. Правила подготовки и проведения</p> <p>29. Виды рабочих документов в связях с общественностью. Информационные документы. Имиджевые документы</p> <p>30. Жанровые разновидности PR-текста</p> <p>31. Пресс-релиз. Пресс-пакет. Назначение, правила подготовки и оформления</p> <p>32. Статья в прессу. Заявления для прессы. Назначение, правила подготовки и оформления</p> <p>33. Отчет организации, летопись организации, биография руководства</p> <p>34. Понятие корпоративной культуры. Типология корпоративной культуры. Структура корпоративной культуры</p> <p>35. Понятие имиджа. Структура и функции имиджа. Формирование имиджа</p> <p>36. Понятие репутации. Репутационные стратегии. Формула</p> <p>37. Позиционирование в деятельности по связям с общественностью: принципы, каналы, средства, приемы</p> <p>38. Консультирование в деятельности по связям с общественностью: типы, технология</p> <p>39. Понятие манипулирования. Манипулирование и деятельность по связям с общественностью: объективные предпосылки, виды, приемы, способы защиты от манипуляции</p> <p>40. Исследования в области связей с общественностью: назначение, типы, программа, методы, источники информации, оформление и использование результатов</p>

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 4-х балльной системы
«отлично»	Повышенный ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
«хорошо»	Стандартный ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
«удовлетворительно»	Пороговый ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3
«неудовлетворительно»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне