



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП

(подпись) Овчаренко Н.П.
(Ф.И.О. рук. ОП) 2019 г.
« 14 » июня

УТВЕРЖДАЮ

Врио заведующий(ая) кафедрой
сервиса и туризма
(название кафедры)

(подпись) Овчаренко Н.П.
(Ф.И.О. зав. каф.) 2019 г.
« 14 » июня

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Коммуникации в туризме и гостеприимстве

Направление подготовки 43.04.02 Туризм

Экономика впечатлений: индустрия туризма и гостеприимства

Форма подготовки очная

курс 1 семестр 1

лекции - не предусмотрены

практические занятия - 36 час.

лабораторные работы - не предусмотрены

в том числе с использованием МАО лек. _____ /пр. 36 /лаб. _____ час.

всего часов аудиторной нагрузки 72 час.

в том числе с использованием МАО 36 час.

самостоятельная работа 72 час.

в том числе на подготовку к экзамену 36 час.

контрольные работы (количество) не предусмотрены

курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены

зачет - не предусмотрен

экзамен 1 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 15.06.2017 г. № 556.

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры Сервиса и туризма протокол № 11 от «14» 06. 2019 г.

Врио заведующий(ая) кафедрой: канд. техн. наук, доцент Овчаренко Н.П.

Составитель : канд.техн. наук, доцент Руденко Л.Л.

Владивосток
2019

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Коммуникации в туризме и гостеприимстве»

Учебный курс «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» предназначен для магистрантов по направлению 43.04.02 Туризм, магистерская программа «Экономика впечатлений: индустрия туризма и гостеприимства».

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Учебным планом по данному направлению предусмотрены практические занятия (36 час., в т.ч. МАО 36 час.) самостоятельная работа (72 час., в т. ч. на подготовку к экзамену 36 час.). Дисциплина «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» входит состав вариативной части блока «Дисциплины (модули)», реализуется в первом семестре 1 курса магистратуры.

Дисциплина «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» логически и содержательно связана с такими дисциплинами учебного плана, как «Индустрия гостеприимства и туризма: теория и практика», «Туристский рынок стран Азиатско-Тихоокеанского региона», «Управление в индустрии гостеприимства», «Управление гостевым сервисом» и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как: «Деловая коммуникация (Business Communication)», «Экономика впечатлений», «Туризм впечатлений».

Содержание дисциплины: российский туризм включается в конкурентную борьбу на мировом туристском рынке. Этому способствует обмен информацией, включающий саму информацию и способы ее передачи. Широкая профессиональная, коммуникативная подготовка, проблемы общения являются одним из наиболее «узких» мест в общей системе профессиональной подготовки кадров для туристской отрасли. В этом процессе имеется ряд факторов, негативно влияющих на жизнедеятельность российских туристских организаций, коммуникационную составляющую.

Дисциплина «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» предназначена для формирования у студентов знания о специфике этикета делового общения, умения вступать в диалог, знать специфические особенности психологической культуры, правила и законы межличностного и межкультурного взаимодействия в сфере туризма, владеть воздействием современных факторов информатизации на туристский процесс, оптимально использовать визуальные коммуникации в туристской отрасли, знать реалии и перспективы коммуникационного менеджмента, влиять на формирование поведенческих норм туристов за рубежом, владеть нормами поведения в различных ситуациях, формировать имидж турфирмы; обладать знаниями в области стратегии и тактики ведения переговоров; понимать специфику рекламы, PR в туристской деятельности, владеть способами коммуникации на практике

Рабочая программа учебной дисциплины разработана с учетом позитивного опыта зарубежных стран в оптимальном использовании возможностей коммуникаций на основе анализа потребностей в знаниях и навыках в условиях российской экономики.

Целью изучения дисциплины «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» является овладение знаниями о специфике влияния коммуникационного процесса.

Задачи дисциплины:

- овладение основами этикета и делового общения; умением вступать в диалог, знание специфических особенностей психологической культуры;
- знание правил и законов межличностного и межкультурного взаимодействия в сфере туризма; овладение воздействием современных факторов информатизации на туристский процесс;
- оптимальным использованием визуальных коммуникаций в туристской отрасли; знание реалий и перспектив коммуникационного менеджмента, влияния на формирование поведенческих норм туристов за рубежом;

- владение нормами поведения в различных ситуациях, формирования имиджа турфирмы;
- овладения знаниями в области стратегии и тактики ведения переговоров;
- понимание специфики рекламы, PR в туристской деятельности; владение способами коммуникации на практике, специальной лексикой индустрии туризма, речевыми фразами, необходимыми в работе специалиста сферы туризма;
- формирование систематизированных знаний о нормах поведения специалистов сферы сервиса и туризма в различных ситуациях; умения научиться вести беседу в пределах тематики, связанной с туризмом и гостеприимством.

Для успешного изучения дисциплины «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» у магистрантов должны быть сформированы следующие предварительные компетенции -знания о специфике этикета делового общения, умения вступать в диалог, знания специфических особенностей психологической культуры, правил и законов межличностного и межкультурного взаимодействия в сфере туризма, владение воздействием современных факторов информатизации на туристский процесс, оптимальное использование визуальных коммуникаций в туристской отрасли, знание реалий и перспектив коммуникационного менеджмента, влияния на формирование поведенческих норм туристов за рубежом, владения нормами поведения в различных ситуациях, формирования имиджа турфирмы; обладания знаниями в области стратегии и тактики ведения переговоров; понимания специфики рекламы, PR в туристской деятельности, владение способами коммуникации на практике, а также применение полученных знаний на практике в речевых и других ситуациях, способность к коммуникации в устной и письменной форме для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия: (ОПК-3, ОПК-7, ПК-7).

Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Качество	ОПК-3- Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	ОПК 3.1 - владеет правовыми и нормативными документами, регламентирующие туристскую деятельность; ОПК 3.2 - анализирует требуемое качество процессов оказания услуг в туристской деятельности; ОПК 3.3 - организует требуемое качество процессов оказания услуг в туристской деятельности..
Технологии	ОПК-7 - Способен осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам	ОПК 7.1 - понимает теорию и методологию коммуникационных составляющих, используемых в туристской практике, основные тенденции и направления, качественные характеристики коммуникаций, используемых в туристском бизнесе ОПК 7.2 - оценивает достоинства того или иного коммуникационного канала; применяет те или иные коммуникационные каналы для улучшения качества туристской продукции и услуг 7.3 - владеет навыками организации и проведения рекламной, PR - деятельности, рационального использования медийных каналов, межличностных коммуникаций и др;

Профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Тип задач профессиональной деятельности: <u>организационно-управленческая</u>				
<p>Организация работы исполнителей, принятие управленческих решений в организации туристской деятельности с учетом социальной и экономической политики государства</p>	<p>Первичные трудовые коллективы; предприятия туристской индустрии, предоставляющие услуги – экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков, инструкторов-проводников; иные предприятия туристской индустрии и другие объекты, связанные с разработкой и реализацией туристского продукта</p>	<p>ПК-2 – Способен формировать кадровую политику туристского предприятия</p>	<p>ПК 2.1 - Изучает приоритетные направления развития туризма в РФ; Обеспечивает эффективную систему управления персоналом и качеством обслуживания туристов. ПК 2,2 - Проводит бизнес-планирование работы. Планирует и организует маркетинговые исследования и анализирует результаты деятельности подразделения. ПК 2.3 - Проводит инструктаж работников отдела с целью обеспечения качества продаваемых туристских продуктов и предоставляемых услуг. Контролирует работу отделов, статистическую отчетность, соблюдение трудовой дисциплины. ПК 2.4 - Своевременно определяет необходимость инноваций. Создает и использует в работе систему мотивации и дисциплинарной ответственности работников. Соблюдает</p>	<p>ПС «Специалист по организации и предложению туристских услуг» (проект) ПС «Экскурсовод (гид)»</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» применяются следующие

методы активного/ интерактивного обучения: защита практических работ, деловые игры, кейс-задачи, реферат.

1. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА не предусмотрены

Целью курса «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» является изучение и овладение знаниями о специфике этикета делового общения, умение вступать в диалог, знание специфических особенностей психологической культуры, правил и законов межличностного и межкультурного взаимодействия в сфере туризма, овладения воздействием современных факторов информатизации на гостиничный процесс, оптимальным использованием визуальных коммуникаций в туристской отрасли, знанием реалий и перспектив коммуникационного менеджмента, влияния на формирование поведенческих норм в гостиницах за рубежом, владения нормами поведения в различных ситуациях, формирования имидж турфирмы; обладания знаниями в области стратегии и тактики ведения переговоров; понимания специфику рекламы, PR в туристской деятельности, владение способами коммуникации на практике, специальной лексикой индустрии туризма, речевыми фразами, необходимыми в работе специалиста сферы туризма, а также применение полученных знаний на практике в речевых и других ситуациях.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА Практические занятия (36 час.)

Практические занятия помогают магистрантам овладеть умениями межкультурной коммуникации в деловой сфере туристского бизнеса: деловой этикет; дискурс диалога (с учетом делового общения социальных партнеров). Магистранты включаются в деятельность по оформлению официально-деловых текстов в условиях межкультурной коммуникации. Предметом особого разговора является невербальная коммуникация работников

сервисной сферы и туризма, т.к. она проходит исключительно в условиях разных макро- и микрокультур. Органично продолжает аудиторные занятия самостоятельная работа студентов, в процессе которой они не только знакомятся с литературой курса, но и подбирают материал для профессиональной коммуникации. Межкультурный тренинг в условиях туристической индустрии – заключительная, итоговая форма контроля знаний и умений магистрантов по предмету.

Занятие 1. Расписать и озвучить диалог с учетом выбора нужного стиля речи, соответствующих вербальных, невербальных средств (4 часа)

Вопросы по теме: История возникновения межкультурной коммуникации, ее теоретические основы

1. Понятие межкультурных коммуникационных процессов в сфере гостиничного бизнеса.

2. Сервисный феномен в сущностной характеристике межкультурной коммуникации.

3. Средства для реализации специфических «инструментов» межкультурной коммуникации в условиях ее интегрирования в специальные предметы.

Занятие 2. Обоснуйте свой выбор: 1. Вы - экскурсовод ведете экскурсию. Ваши слушатели: - иностранцы: Китай, Египет, европейцы; – среднего возраста (преимущественно): женщины, мужчины.

2. Вы - менеджер. Ведете переговоры с партнерами. Партнер: соотечественник, иностранец, мужчина, женщина, старше по возрасту, младше по возрасту (4 часа)

3. Вы директор или владелец турагентства. Ведете переговоры с подчиненными коллегами. (4 часа)

Вопросы по теме: Процессы коммуникаций и коммуникационные барьеры в менеджменте гостиничного бизнеса (2 часа)

1. Понятие коммуникации в менеджменте.

2. Разновидности коммуникаций и содержание коммуникационных процессов в менеджменте гостиничного бизнеса

3. Коммуникационные барьеры, их классификация и способы преодоления в гостиничной деятельности.

Занятие 3 (4 часа).

Эстафета чувств Цели: развить умение пользоваться языком жестов, мимикой, телом для эффективной невербальной коммуникации и передачи переживаемых эмоций; обсудить идеи, относящиеся к закономерностям передачи информации в процессе общения; способствовать созданию атмосферы доброжелательности и концентрации внимания на партнере. Размер группы: 12-15 человек, иначе упражнение может затянуться. Ресурсы: стулья для всех участников группы. Время: 10-20 минут. Ход упражнения. Группа сидит в кругу. Задание заключается в том, чтобы передать по кругу участникам невербально – лишь с помощью мимики и жестов - заданное ведущим чувство, эмоцию. Первый играющий получает от ведущего некое выражение определенной эмоции. Все остальные игроки не видят заданной эмоции, так как сидят с закрытыми глазами. Получив задание, первый игрок решает, как он может передать то же чувство другим способом, касается своего соседа рукой и, когда тот открывает глаза, передает ему своеобразной пантомимой вариант своего чувства. Так исходная информация передается по кругу с помощью различных выразительных средств. Отыгравшие участники уже не закрывают глаза, или имеют возможность наблюдать за тем, как трансформируется всякий раз исходное чувство, в каком месте происходит ситуация «испорченного телефона» из-за непонимания.

Вопросы по теме: Специфика этикета делового общения

1. Организация делового общения
2. Деловое общение: подготовка и проведение.
3. Анализ делового общения: умение вступать в диалог

Занятие 4. Тренинг «Психологическая дистанция» Цели: экспериментальным путем показать участникам тренинга субъективное значение термина «психологическая дистанция» и проверить его важность

понимания в коммуникации; помочь участникам тренинга сформировать (закрепить) навыки самоанализа процессов общения с целью самопознания и эффективной коммуникации. Размер группы: до 20 человек. Ресурсы: не требуются. Время: 45 минут. Ход упражнения. В этом упражнении принимает участие группа плюс один игрок – ведущий – предполагаемый туроператор. Ведущий выходит из комнаты. В его отсутствие группа распределяется на три колонны. В первой стоят те, кто считает себя наиболее психологически близким ведущему человеку. Вторую колонну составят те, кто чувствует, что находится от ведущего на средней психологической дистанции: не приближены к нему, но и не удалены. В третьей группе - те, кто считает себя достаточно далеким от ведущего человеком. Каждый участник запоминает свое место и определяет свою ситуативную роль. Затем приглашается ведущий. Ему предлагают вступить в общение с представителями каждой группы участников с учетом его возможной ситуативной роли. После того, как ведущий справился со своей задачей, зададим ему несколько вопросов. - Уверен ли ты в том, что именно эти места выбрали товарищи по отношению к тебе? В чем месте ты наиболее уверен? Почему? Если необходимо, переставь этих людей в более подходящее, по твоему мнению, место. Не забудь, что ты комментируешь не собственный выбор! - Постарайся спрогнозировать точность своего ответа! Как ты считаешь, велика ли погрешность, допущенная тобой, - в сторону приближения или удаления от тебя твоих товарищей по группе? Завершение упражнения проходит в процессе беседы с участниками:

- Как чувствует себя ведущий/группа после окончания упражнения?
- Что запомнилось им в ходе игры? Что понравилось? Что заставило задуматься? - Есть ли среди участников группы те, которые считают, что мнение ведущего по их поводу обосновано, даже если сначала их место было в другой колонне? - Какие выводы для себя они могут сделать после проведения упражнения? (4 часа)

Занятие 5. Коммуникационные барьеры, их классификация и способы преодоления в туризме (4 часа)

1. Информационные технологии: основные свойства
2. Сетевые ИТ. Глобальная компьютерная сеть Интернет
3. Автоматизация документооборота

Вопросы по теме: Маркетинговые особенности гостиничного бизнеса (2 часа)

1. Поиск новых, своих, нетрадиционных способов продвижения отелей
2. Сочетание взаимосвязанных видов коммуникационной политики для комплексного согласованного и взаимовыгодного использования
3. Стратегии маркетинговых мероприятий

Занятие 6. Владение нормами поведения в различных ситуациях (4 часа)

1. Оптимальное использование визуальных коммуникаций в гостиничном бизнесе
2. Технологии, используемые в гостиничной отрасли (системы бронирования и резервирования;

Вопросы по теме: Учет поведенческих норм зарубежных гостей

1. Владение нормами поведения в различных ситуациях
2. Гостиничный бизнес и его влияние на экономику, социокультурные ценности, представления и традиции
3. Культурная адаптация, взаимозависимость между разными элементами культуры, обычаями, институтами, культурной практикой и др.

Занятие 7. Рекламная кампания в гостиничном бизнесе (4час.)

1. Классификация рекламных кампаний гостиничного предприятия.
2. Рекламная кампания в гостиничном бизнесе.

Вопросы по теме: Специфические особенности рекламы и PR в гостиничном бизнесе

3. Реклама и PR в гостиничной деятельности. (2 часа)
4. Виды рекламы и PR

5. Реклама, PR- влияние на формирование образа гостиничного продукта.

Занятие 8. PR в гостиничном бизнесе (4 часа)

1. Технология PR.
2. Понятие и структура Public Relations (PR). Основные этапы PR-деятельности.

9. Алгоритм формирования имиджа предприятий индустрии гостеприимства (4 часа)

1. Замер сформировавшегося имиджа.
2. Выявление положительных и отрицательных факторов формирования имиджа.
3. Определение мер нейтрализации отрицательных черт и усиления положительных (2 часа)

Вопросы по теме: Формирование имиджа отеля (2 часа)

4. Сформированный имидж отеля – отражение в сознании потенциальных потребителей коммерчески реальных и привнесённых характеристик фирмы
5. Виды имиджа: осязаемый, неосязаемый имидж внутренний, внешний, визуальные и вербальные компоненты
6. Процесс управления корпоративным имиджем.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ МАГИСТРАНТОВ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы магистрантов по дисциплине «Коммуникации в туристском бизнесе и гостеприимстве» бизнесе» представлено в учебном пособии «Щемящее чувство дороги» (коммуникации в туристском бизнесе), а также в

Приложении 1, которое включает в себя:

план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работ.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЙ ЦЕЛЕЙ КУРСА

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Качество	ОПК-3- Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	ОПК 3.1 - владеет правовыми и нормативными документами, регламентирующие туристскую деятельность; ОПК 3.2 - анализирует требуемое качество процессов оказания услуг в туристской деятельности; ОПК 3.3 - организует требуемое качество процессов оказания услуг в туристской деятельности..

Технологии	ОПК-7 - Способен осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам	<p>ОПК 7.1 - понимает теорию и методологию коммуникационных составляющих, используемых в туристской практике, основные тенденции и направления, качественные характеристики коммуникаций, используемых в туристском бизнесе</p> <p>ОПК 7.2 - оценивает достоинства того или иного коммуникационного канала; применяет те или иные коммуникационные каналы для улучшения качества туристской продукции и услуг</p> <p>7.3 - владеет навыками организации и проведения рекламной, PR - деятельности, рационального использования медийных каналов, межличностных коммуникаций и др;</p>
------------	--	---

Задача профессиональной деятельности	Объекты или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ иных требований, предъявляемых к выпускникам)
Тип задач профессиональной деятельности: <u>организационно-управленческая</u>				

<p>Организация работы исполнителей, принятие управленческих решений в организации туристской деятельности с учетом социальной и экономической политики государства</p>	<p>Первичные трудовые коллективы; предприятия туристской индустрии, предоставляющие услуги – экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков, инструкторов-проводников; иные предприятия туристской индустрии и другие объекты, связанные с разработкой и реализацией туристского продукта</p>	<p>ПК-2 – Способен формировать кадровую политику туристского предприятия</p>	<p>ПК 2.1 - Изучает приоритетные направления развития туризма в РФ; Обеспечивает эффективную систему управления персоналом и качеством обслуживания туристов. ПК 2,2 - Проводит бизнес-планирование работы. Планирует и организует маркетинговые исследования и анализирует результаты деятельности подразделения. ПК 2.3 - Проводит инструктаж работников отдела с целью обеспечения качества продаваемых туристских продуктов и предоставляемых услуг. Контролирует работу отделов, статистическую отчетность, соблюдение трудовой дисциплины. ПК 2.4 - Своевременно определяет необходимость инноваций. Создает и использует в работе систему мотивации и дисциплинарной ответственности работников. Соблюдает</p>	<p>ПС «Специалист по организации и предложению туристских услуг» (проект) ПС «Экскурсовод (гид)»</p>
--	--	--	---	---

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	<p>Тема 1. История возникновения межкультурной коммуникации, ее теоретические основы</p> <p>Тема 2. Процессы</p>	ОПК 3.1	<p>Знает: достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике; понятийный аппарат и теоретические основы туристской деятельности</p>	Дискуссия	Вопросы к экзамену №№1-17

	коммуникаций и коммуникационные барьеры в менеджменте туризма Тема 3. Специфика этикета делового общения Тема 4. Современные факторы информатизации в туристском процессе.	ОПК 3.2	Умеет: анализировать детерминанты, сущность и тенденции современной социокультурной среды, применять в профессиональной и других видах деятельности базовые понятия, знания и закономерности	Контрольная работа	Вопросы к экзамену №№1-17
		ОПК 3.1	Владет: качествами высокой профессиональной мобильности; методами анализа причинно-следственных связей различных явлений и процессов	Ролевая игра	Вопросы к экзамену №№1-17
2	Тема 7. Специфические особенности рекламы и PR в туризме	ОПК -7.1	Знает: специфические особенности рекламы и PR	Дискуссия	Вопросы к экзамену №№18-26
		ОПК -7.2	Умеет: пользоваться коммуникационными технологиями для предприятий тур бизнеса	Кейс-задача	Вопросы к экзамену №№18-26
		ОПК -7.3	Владет: технологиями создания рекламы и PR	Контрольная работа	Вопросы к экзамену №№18-26
3	Тема 6. Формирование поведенческих норм туристов за рубежом Тема 8. Формирования имидж турфирмы Тема 9. Маркетинговые особенности туризма	ПК-2.1	Знает: поведенческие нормы в тур индустрии.	Дискуссия	Вопросы к экзамену №№35-38
		ПК-2.2	Умеет: исследовать и оценивать имиджевые характеристики в туриндустрии	Письменная работа (ПР): разработка рекламной кампании	Вопросы к экзамену №№35-38
		ПК-2.3	Владет: оценкой эффективности коммуникаций в туриндустрии	Письменная работа (ПР): разработка фирменного стиля	Вопросы к экзамену №№35-38

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

У.СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

1. Азар, В. И. Экономика и организация туризма / В. И. Азар.- М.: Издательство «Профиздат», 2003. - 214с.
2. Азоев, Г. Л., Челенков, А. П. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков.- М: Издательство ОАО Типография «Новости», 2005. - 283с.
3. Белошедова, Ю. Современные маркетинговые коммуникации/ Ю. Белошедова // Управление компанией. - 2005. - № 9
4. Богалдин - Малых, В. В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально - культурного сервиса: туристические, гостинично - ресторанные и развлекательные комплексы./ В. В. Богалдин- Малых.- Воронеж: НПО МОДЭК, 2004. - 151с.
5. Борисов, Б. Л., Технологии рекламы и PR / Б. Л. Борисов.- М: Издательство «Фаир-Пресс», 2004. - 624с.
6. Боуэн Дж., Котлер Ф., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. / Дж. Боуэн, Ф. Котлер, Дж. Мейкенз. - М.: Издательское объединение «Юнити», 2007. - 1045с.
7. Васильева, Л. А. Реклама. Учебное пособие. / Л. А. Васильева. – Владивосток: Издательство Дальневосточного университета, 2009. - 68с.
8. Васильева, Л.А. Имидж по-русски. Учебное пособие /Л.А.Васильева. – Владивосток: Издательство Дальневосточного университета, 2005. -98 с.
9. Васильева, Л.А. PR в ресторанно-туристском бизнесе. Учебное пособие./ Л.А. Васильева.- Владивосток: Издательство Дальневосточного университета, 2014. -65 с.
10. Васильева, Л.А. Щемящее чувство дороги. Коммуникации в туристском бизнесе. Учебное пособие./Л.А.Васильева.- Электронные текстовые данные. Саратов: Вузовское образование, 2017, 98 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39113/>-ЭБС «IPRbooks –по паролю.
11. Волков, Ю. Ф. . Гостиничное и ресторанное дело, туризм. Сборник нормативных документов./ Ю. Ф. . Волков. - Ростов - на - Дону: Издательство «Феникс», 2010. - 734с.
12. Волков, Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бизнес. / Ю. Ф. Волков.- Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 2003. – 352с.

13. Волков, Ю. Ф. Гостиничный и туристский бизнес. Под ред. М. М. Ашомко./Ю. Ф. Волков. - Мнс.: Издательство «Феникс», 2009. - 637с.
14. Голубков, Е. П. Изучение потребителей - [Электронная версия] - точка доступа: <http://marketing.spb.ru/>
15. Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама./ А. Дейян. - М.: Издательство «Прогресс», 2003. - 190с.
16. Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама /А. Дейян - М.: Издательство «Прогресс», 2004. - 190с.
17. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие /А. П. Дурович – Мнс.: ООО «Новое знание», 2002. – 496с.
18. Жукова, М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации./ М. А. Жукова. - М.: Издательство «Финансы и статистика», 2006. – 199с.
19. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности /Е. Н.Ильина. М.: Издательство «Финансы и статистика», 2001. - 256с.
20. Коган, Е. Методы оценки эффективности РК./ Е. Коган // Рекламные технологии. 2002 г. № 4, с. 9-11.
21. Котлер, Ф. Маркетинг./ Ф. Котлер.- М.: Издательство «Банки и биржи», 2006. - 787с.
22. Крючков, А. А. История международного и отечественного туризма./ А. А. Крючков. - М.: ВШТГ, НОУ «ЛУЧ», 1999.- 102с.
23. Луховская, О. К., Здор, В. Н. Концепция развития туристской фирмы (экономико – маркетинговый аспект): Практикум по разделу дисциплины «Маркетинг социально – культурной сферы и туризма» / О. К. Луховская, В. Н. Здор.– Иваново: ГОУ ВПО РГТЭУ, 2005. - 128с – 468с.
24. Мокшанцев, Р. И. Психология рекламы: Учеб. Пособие. / Р. И Мокшанцев. - М.: ИНФРА, 2001.-230с.
25. Музыкант, В. Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике. / В. Л. Музыкант. - М.: Издательство «Армада-пресс», 2001. - 688с.
26. Панкратов, Ф. Г. Рекламная деятельность./ Ф. Г. Панкратов. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2001. - 364с
27. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства: отели и рестораны. / Г. А. Папирян. – М.: Издательство «Экономика», 2000. – 284с.
28. Пивоварова, М. Стратегия привлечения клиентов в индустрию гостеприимства./ М. Пивоварова // Маркетинг в России и за рубежом. - 2000. - N 2.- С. 63-68.
29. Почепцов, Г. Г. Информационные войны и будущее./ Г. Г. Почепцов. - М.,2002. - 92с.

30. Рекламный рынок Приморского края [Электронный ресурс] - режим доступа:<http://dv-reklama.ru>.
31. Уокер Дж. Введение в гостеприимство./ Дж. Уоркер. – М.: Издательство «Юнити», 1999.- 463с.
32. Чудновский, А. Д. Гостиничный и туристический бизнес./А. Д. Чудновский. - М.: Издательство «Экмос»,1998 .- 352с.

(печатные и электронные издания)

1. Гостиничное и ресторанное дело, туризм : сборник нормативных документов : учебное пособие для вузов по экономическим специальностям / [под ред. Ю. Ф. Волкова]. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 448 с. – 3 экз. / <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:236667&theme=FEFU>
2. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие / А.В. Сорокина. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 304 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=430064>
3. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400614>
4. Фирменный стиль в гостеприимстве : учебное пособие / В. П. Скараманга ; Российская международная академия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 189 с. – 6 экз. <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:237111&theme=FEFU>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Всемирная туристская организация http://www.unwto.org/index_r.php
2. Институт научной информации по общественным наукам РАН. <http://www.inion.ru/>
3. Материалы портала Российского индекса научного цитирования eLibrary <http://elibrary.ru/>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

1. Правовая информационная система «Консультант-плюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Правовая информационная система «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Практические занятия. На практических занятиях студент получает возможность более глубокого изучения темы, уточнения теоретических и получения практических знаний, формирования профессиональных навыков. Формы проведения семинарских занятий многообразны и выбираются преподавателем в зависимости от изучаемой темы и особенностей подготовки студентов. На практических занятиях применяются методы и формы как индивидуальной, так и коллективной работы студентов. В случае пропуска практических занятий студент должен по согласованию с преподавателем, ведущим семинарские занятия, подготовить и сдать соответствующий материал.

Рекомендации: При изучении тем, вынесенных на обсуждение на практическом занятии, необходимо изучить сначала соответствующий раздел (главу) учебника для вузов. При этом полезно воспользоваться учебниками разных авторов, сравнивая их взгляды на тот или иной вопрос. Следует также обратиться к списку рекомендованных по соответствующей теме информационных источников. Аудиторная работа на практических занятиях - выполнение практических заданий и учебных проектов. Самостоятельная работа – закрепление практического материала, изучение материала, не рассмотренного на аудиторных занятиях, доработка практических заданий, подготовка презентаций проектов, тестирование на самопроверку знаний, подготовка к аттестационным мероприятиям.

Самостоятельная работа студентов. Особое место среди основных видов занятий, предусмотренных учебным планом, занимает самостоятельная работа. При самостоятельном изучении дисциплины следует пользоваться графиком организации самостоятельной работы студентов. Самостоятельная работа – закрепление практического материала, изучение материала, не рассмотренного на аудиторных занятиях, доработка практических заданий,

подготовка презентаций проектов, тестирование на самопроверку знаний, подготовка к аттестационным мероприятиям. Подготовка к семинарам и лабораторным работам, их оформление; составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний; подготовка практических разработок; выполнение домашних заданий; компьютерный текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе электронных обучающих и аттестующих тестов; текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренных учебным планом); прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Рекомендации: Приступая к самостоятельному изучению вопросов, студенту необходимо определить их место в программе курса, ознакомиться с содержанием каждой темы, а также списком информационных источников, рекомендованных для изучения указанных вопросов. Прежде всего, необходимо изучить литературу по соответствующей теме, обращая внимание на наиболее важные моменты, определяющие понимание соответствующего раздела. При изучении курса самостоятельно и при подготовке к практическим занятиям следует обратить внимание на контрольные вопросы. Каждый из указанных вопросов необходимо самостоятельно повторить по учебнику и решить указанные преподавателем контрольные задания.

Работа с учебной и научной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на практических занятиях, к модульным контрольным работам, тестированию. Она включает проработку и изучение рекомендованных источников и литературы по тематике лекций. Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны быть выполнены также аккуратно, содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом

позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Работу с литературой следует начинать с анализа Рабочей программы, в которой перечислены основная и дополнительная литература, учебно- методические издания необходимые для изучения дисциплины и работы на практических занятиях. Каждая тема из разделов тематического плана дисциплины и каждый вид занятий снабжен ссылками на источники, что значительно упрощает поиск необходимой информации. Выбрав нужный источник, следует найти интересующий раздел по оглавлению или алфавитному указателю, а также одноименный раздел конспекта лекций или учебного пособия. В случае возникших затруднений в понимании учебного материала следует обратиться к другим источникам, где изложение может оказаться более доступным. Необходимо отметить, что работа с литературой является неотъемлемой частью профессиональной деятельности будущего выпускника.

Подготовка доклада к занятию. Основные этапы подготовки доклада: выбор темы; консультация преподавателя; подготовка плана доклада; работа с источниками и литературой, сбор материала; написание текста доклада; оформление рукописи и предоставление ее преподавателю до начала доклада, что определяет готовность студента к выступлению; выступление с докладом, ответы на вопросы. Тематика доклада предлагается преподавателем.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса необходимо следующее техническое обеспечение – это аудитория с мультимедийным оборудованием с доступом в сеть «Интернет». Учебное пособие: **ЩЕМЯЩЕЕ**

ЧУВСТВО ДОРОГИ (Коммуникации в туристском бизнесе). Учебное пособие. Руководитель проекта: канд. ист. наук, доцент Л. А. Васильева Сост. магистранты Школы экономики и менеджмента Дальневосточного федерального университета Александр Васильев, Александр Воронин,

Татьяна Гарина, Никита Ермоленко, Андрей Пестерев, Татьяна Реброва, Яна Стрекалова, Татьяна Чунижекова, Анна Шмыгина, Сергей Яковенко. - Владивосток: изд-во Дальневосточ. федерального ун-та, 2017. -98 с.

В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованные портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной системы.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ОБУЧАЮЩИХСЯ**

по дисциплине
Коммуникации в туризме и гостеприимстве

Направление подготовки 43.04.02 Туризм
магистерская программа «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма»
Форма подготовки очная

Владивосток
2019

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине «Коммуникации в туризме и гостеприимстве»

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	1 неделя	Расписать и озвучить диалог с учетом выбора нужного стиля речи, соответствующих вербальных, невербальных, вербальных средств.	4 часа	
2	2 неделя	Обоснуйте свой выбор: 1. Вы - экскурсовод....	4 часа	
3	3 неделя	Эстафета чувств. Цели: развить умение пользоваться языком жестов, мимикой, телом для эффективной невербальной коммуникации и передачи переживаемых эмоций;	4 часа	
4	4 неделя	Психологическая дистанция	4 часа	
5	5 неделя	Коммуникационные барьеры, их классификация и способы преодоления в туризме	4 часа	

6	6 неделя	Владение нормами поведения в различных ситуациях	4 часа	
7	7 неделя	Рекламная кампания в туристском бизнесе	4 часа	
8	8 неделя	PR в туристском бизнесе	4 часа	
9	9 неделя	Алгоритм формирования имиджа предприятий индустрии гостеприимства	4 часа	



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

Коммуникации в туризме и гостеприимстве

Направление подготовки 43.04.02 Туризм

магистерская программа «Экономика впечатлений: индустрия гостеприимства и туризма»

Форма подготовки очная

Владивосток
2019

**Паспорт
фонда оценочных средств
по дисциплине «Коммуникации в туризме и гостеприимстве»**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-3- Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	ОПК-3.1	Знает - Основные формы и методы коммуникаций в сфере гостеприимства
	ОПК-3.2	Умеет - осуществлять разнообразное использование коммуникационных каналов анализ в работе предприятий гостиничного комплекса
	ОПК-3.3	Владеет - навыками рекламы, PR, медийных, каналов, межличностных коммуникаций и других коммуникационных средств на предприятиях гостеприимства
ОПК-7 - Способен осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам	ОПК-7.1	Знать - теорию и методологию коммуникационных составляющих, используемых в гостиничной практике, -основные тенденции и направления, качественные характеристики коммуникаций, используемых в гостиничном бизнесе
	ОПК-7.2	Уметь: -оценивать достоинства того или иного коммуникационного канала; -исследовать и применять те или иные коммуникационные каналы для улучшения качества гостиничной продукции и услуг
	ОПК-7.3	Владеть: -навыками организации и проведения рекламной, PR - деятельности, рационального использования медийных каналов, межличностных коммуникаций и др.

ПК-2 – Способен формировать кадровую политику туристского предприятия	ПК-2.1	Знать: теорию и методологию коммуникационных составляющих, используемых в гостиничной практике, -основные тенденции и направления, качественные характеристики коммуникаций, используемых в гостиничном бизнесе
---	--------	---

	ПК-2.2	Уметь: -оценивать достоинства того или иного коммуникационного канала; -исследовать и применять те или иные коммуникационные каналы для улучшения качества гостиничной продукции и услуг
	ПК-2.3	Владеть: -навыками организации и проведения рекламной, PR - деятельности, рационального использования медийных каналов, межличностных коммуникаций и др.

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Тема 1. Тема 1. История возникновения межкультурной коммуникации, ее теоретические основы Тема 2. Процессы коммуникаций и коммуникационные барьеры в менеджменте туризма Тема 3. Специфика этикета делового общения Тема 4. Современные факторы информатизации в туристском процессе.	ОПК-3.1	Знает: достижения зарубежной науки, техники и образования к отечественной практике; понятийный аппарат и теоретические основы туристской деятельности	Дискуссия	Вопросы к экзамену №№1-17
		ОПК-3.2	Умеет: анализировать детерминанты, сущность и тенденции современной социокультурной среды, применять в профессиональной и других видах деятельности базовые понятия, знания и закономерности	Контрольная работа	Вопросы к экзамену №№1-17
		ОПК-3.3	Владеет: качествами высокой профессиональной мобильности; методами анализа причинно-следственных связей различных явлений и процессов	Ролевая игра	Вопросы к экзамену №№1-17
2	Тема 5. Специфические особенности рекламы и PR в туризме	ОПК-7.1	Знает: специфические особенности рекламы и PR	Дискуссия	Вопросы к экзамену №№18-26
		ОПК-7.2	Умеет: пользоваться коммуникационными технологиями для предприятий тур бизнеса	Кейс-задача	Вопросы к экзамену №№18-26
		ОПК-7.3	Владеет: технологиями создания рекламы и PR	Контрольная работа	Вопросы к экзамену №№18-26

3	Тема 6. Формирование поведенческих норм туристов за рубежом Тема 8. Формирования имидж турфирмы	ПК-2.1	Знает: поведенческие нормы в тур индустрии.	Дискуссия	Вопросы к экзамену №№35-38
		ПК-2.2	Умеет: исследовать и оценивать имиджевые характеристики в туриндустрии	Письменная работа (ПР): разработка рекламной кампании	Вопросы к экзамену №№35-38
	ПК-2.3	Владеет: оценкой эффективности коммуникаций в туриндустрии	Письменная работа (ПР): разработка фирменного стиля	Вопросы к экзамену №№35-38	
	Тема 9. Маркетинговые особенности туризма				

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели	баллы
ОПК-3- Способен разрабатывать и внедрять системы управления качеством услуг в сфере туризма	знает (пороговый уровень)	систему управления и стимулирования персонала гостиниц и других средств размещения	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания		Высокий
	умеет (продвинутой)	применять на практике	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение		Высокий
	владеет (высокий)	качествами высокой профессиональной мобильности	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но		4

			сопровождает отдельные ошибки владение		
			Успешное и систематическое владение	Высокий	5

ОПК-7 - Способен осуществлять педагогическую деятельность по основным профессиональным образовательным программам и дополнительным профессиональным программам	знает (пороговый уровень)	решение управленческих задач в условиях реально функционирующих гостиничных комплексов в соответствии с организационно-правовыми и технологическими принципами ведения профессиональной деятельности	Отсутствие знаний	Пороговый	1
			Фрагментарные знания		2
			Неполные знания	Базовый	3
			Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания		4
			Сформированные и систематические знания	Высокий	5
	умеет (продвинутый)	пользоваться инновационными технологиями для предприятий гостиничного бизнеса	Отсутствие умений	Пороговый	1
			Частично освоенное умение		2
			В целом успешное, но не систематическое умение	Базовый	3
			В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умение		4
			Успешное и систематическое умение	Высокий	5
	владеет (высокий)	технологиями создания и/или оптимизации системы подготовки, и переподготовки кадров, повышения их квалификации	Не владеет	Пороговый	1
			Фрагментарное владение		2
			В целом успешное, но не систематическое владение	Базовый	3
			В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками владение		4

			Успешное и систематическое владение	Высокий	5
--	--	--	-------------------------------------	---------	---

Зачетно-экзаменационные материалы

Зачетно-экзаменационные материалы, содержащие вопросы, тесты, задания для зачета/экзамена и другие материалы. (Формат оформления всех типов заданий приводится в документе № 12-13-850 от 12.05.2015: «Об утверждении Положения о фондах оценочных средств образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата, специалитета, магистратуры ДВФУ».)

Оценочные средства для текущей аттестации (типовые ОС по текущей аттестации и критерии оценки по каждому виду аттестации по дисциплине «Коммуникации в туризме и гостеприимстве»

Критерии оценки (письменного/устного доклада, реферата, сообщения, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):

✓ 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

✓ 85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации

приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

✓ 75-61 балл - студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы/

✓ 60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценки презентации доклада:

Оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы

Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Больше 4 ошибок в представляемой информации	3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы на вопросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полны	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

Критерии оценки (письменный ответ)

✓ 100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 75-61 - балл - фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 60-50 баллов - незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Критерии оценки (устный ответ)

✓ 100-85 баллов - если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

✓ 85-76 - баллов - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

✓ 75-61 - балл - оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений,

процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

✓ 60-50 баллов - ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

**Методические рекомендации,
определяющие процедуры оценивания результатов освоения
дисциплины**

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Коммуникации в туризме и гостеприимстве» проводится в форме контрольных мероприятий (тесты, практические задания) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

– учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

– степень усвоения теоретических знаний (активность в ходе

обсуждений материалов лекций, активное участие в дискуссиях с аргументами из дополнительных источников, внимательность, способность задавать встречные вопросы в рамках дискуссии или обсуждения, заинтересованность изучаемыми материалами);

– уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (определяется по результатам контрольных работ, практических занятий, ответов на тесты);

– результаты самостоятельной работы (задания и критерии оценки размещены в Приложении 1).

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Интернет-экономика» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Вид промежуточной аттестации – зачет (1 семестр), состоящий из устного опроса в форме собеседования и индивидуального творческого зачетного задания.

Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства. В результате посещения лекций, лабораторных занятий, семинаров и круглых столов студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к зачету, представленные в структурном элементе ФОС IV.1. В ходе промежуточной аттестации студент готовит индивидуальное творческое зачетное задание (индивидуальное творческое зачетное задание размещено в структурном элементе ФОС IV.2). Критерии оценки студента на зачете представлены в структурном элементе ФОС IV.3. Критерии оценки текущей аттестации – контрольная проверка знаний (лабораторная работа 1, лабораторная работа, групповое творческое задание) представлены в структурном элементе ФОС V.

Критерии оценки студента на зачете/экзамене по дисциплине

(промежуточная аттестация – зачете/экзамене)

Баллы (рейтингов ой оценки)	Оценка зачета/ экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«зачтено»/ «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
76-85	«зачтено»/ «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответах на дополнительные вопросы.
менее 61	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

