

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 28.06.2022 11:16:51  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989da116a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

**Институт гостиничного бизнеса и туризма**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Разработка и продвижение туристского продукта**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

**43.03.02 «Туризм»**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Международный туризм**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2022 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Разработка и продвижение туристского продукта» является становление профессиональных компетенций будущего бакалавра путем формирования теоретических знаний и практических умений в области разработки и продвижения туристского продукта.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Разработка и продвижение туристского продукта» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	-
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	-
ОПК-2	Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	ОПК-2.1 Определяет цели и задачи управления структурными подразделениями объектов туристской сферы, в том числе международных компаний и агентств.
ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 Осуществляет маркетинговые исследования международного туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых туристских маршрутов; ОПК-4.2 Формирует международные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
ПКР-2	Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ПКР- 2.1 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта на международном туристском рынке. ПКР- 2.2 Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных международных

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний.

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Разработка и продвижение туристского продукта» относится к вариативной компоненте обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Разработка и продвижение туристского продукта».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Правовые основы деятельности и документооборот в профессиональной сфере;</li> <li>• Информационно-коммуникативные технологии в профессиональной сфере;</li> <li>• Программное обеспечение и автоматизация в профессиональной сфере;</li> <li>• Менеджмент организаций профессиональной сферы;</li> <li>• Маркетинг организаций профессиональной сферы;</li> <li>• Туристские формальности;</li> <li>• Организация обслуживания лиц с ограниченными возможностями здоровья;</li> <li>• Учебная практика</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Налоговые системы зарубежных стран;</li> <li>• Производственная практика;</li> <li>• Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Психология и конфликтология в организациях профессиональной сферы;</li> <li>• Организация экскурсионной деятельности;</li> <li>• Технологии организации видов туризма;</li> <li>• Учебная практика</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>
ОПК-2	Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Менеджмент организаций профессиональной сферы</li> <li>• Организация экскурсионной деятельности</li> <li>• Учебная практика</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление персоналом в производственной сфере;</li> <li>• Производственная практика;</li> <li>• Преддипломная практика;</li> <li>• Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>
ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Маркетинг организации профессиональной сферы;</li> <li>• Предпринимательство в профессиональной сфере;</li> <li>• Курсовая работа «Технологии организации видов туризма»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рынок международного туризма</li> <li>• Международный туристский бизнес;</li> <li>• Преддипломная практика;</li> <li>• Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>
ПКР-2	Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Маркетинг организации профессиональной сферы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Рынок международного туризма;</li> <li>• Преддипломная практика;</li> <li>• Подготовка и защита выпускной квалификационной работы</li> </ul>

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Разработка и продвижение туристского продукта» составляет 3 зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
			6
Контактная работа, ак.ч.		52	52
в том числе:			
Лекции (ЛК)		26	26
Лабораторные работы (ЛР)		-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)		26	26
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.		20	20
Контроль (экзамен), ак.ч.		36	36
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3
Курсовая работа	зач.ед.	1	1

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	Семестр
			8
Контактная работа, ак.ч.		48	48
в том числе:			
Лекции (ЛК)		24	24
Лабораторные работы (ЛР)		-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)		24	24
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.		24	24
Контроль (экзамен), ак.ч.		36	36
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3
Курсовая работа	зач.ед.	1	1

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы		ВСЕГО, ак.ч.	Семестр	Семестр
			8	9
Контактная работа, ак.ч.		20	20	-
в том числе:				
Лекции (ЛК)		12	12	-
Лабораторные работы (ЛР)		-	-	-
Практические/семинарские занятия (СЗ)		8	8	-
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.		79	52	27
Контроль (экзамен), ак.ч.		9	-	9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	72	36
	зач.ед.	3	3	1
Курсовая работа	зач.ед.	1	-	1

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Разработка туристского продукта	<p>Тема 1. Разработка туристского продукта: понятие и сущность. Понятие туристского продукта. Сущность туристского продукта. Туристский продукт как комплекс основных и дополнительных услуг. Потребительские свойства туристского продукта: обоснованность, надежность, эффективность, целостность, ясность, гибкость, полезность. Виды, формы, элементы туристского продукта. Структура турпродукта. Жизненный цикл туристского продукта.</p> <p>Соотношение понятий «проектирование туристского продукта», «разработка туристского продукта», «формирование туристского продукта». Субъекты разработки туристского продукта. Стратегия разработки туристского продукта.</p> <p>Тема 2. Этапы разработки туристского продукта. Разработка туристического продукта как сложный, многоступенчатый процесс. Основные этапы разработки туристского продукта: 1) генерация идей относительно турпродукта, его количественных и качественных свойств на основе постоянного изучения действительного и потенциального спроса; 2) разработка концепции нового турпродукта, предоставление турпродукту конкретных потребительских свойств, соответствующих спросу целевого рынка и материально-техническим и финансовым возможностям турфирмы; 3) пробный маркетинг, означающий продажу на рынке первой партии нового турпродукта с целью определения отношения к нему потенциальных покупателей, а также выявления и устранения возможных недостатков;</p> <p>4) коммерциализация нового турпродукта, заключающаяся в организации его массовой продажи.</p> <p>Тема 3. Основные факторы и требования к разработке туристского продукта. Учет конъюнктуры рынка туристских услуг; учет запросов (требований) туристов/заказчиков туристского продукта (услуги); состояния и структуры объектов туристской индустрии; межрегионального кластерного подхода; результатов маркетинговых исследований;</p>	ЛК, ПЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>обеспечения безопасности туристских услуг; защиты прав потребителей туристских услуг; предоставления потребителям туристских услуг возможности компетентного выбора; соблюдения экологических и санитарно-эпидемиологических требований; наличия договоров на оказание туристских услуг с соисполнителями</p> <p>Тема 4. Генерация идей и бизнес-анализ как начальные этапы в разработке туристского продукта. Генерация идей относительно турпродукта, его количественных и качественных свойств на основе постоянного изучения действительного и потенциального спроса Этап генерации идей: «идея продукта» и «замысел продукта». Инструменты генерации идей в разработке туристского продукта: мозговая атака, матрицы поиска, морфологический анализ и др. Обсуждение концепций туристского продукта. Утверждение идеи туристского продукта. Бизнес-анализ: прогноз первоначальных и повторных продаж, планирование цены и предполагаемая прибыль.</p> <p>Тема 5. Маркетинговые исследования в целях разработки туристского продукта. Роль маркетинговых исследований в разработке туристского продукта. Маркетинговые исследования рынка в определении потенциального потребительского спроса на туристический продукт. Анализ реальных расходов на разработку и реализацию туристического продукта. Оценка экономической эффективности и целесообразности разработки туристического продукта.</p> <p>Тема 6. Бизнес-план по выведению турпродукта на рынок. Разработка бизнес-плана по выведению продукта на рынок. Техничко-экономическое обоснование турпродукта. Оценка реальных затрат на разработку и реализацию турпродукта. Определение общей стоимости, нормы прибыли, верхних и нижних границ прибыли. Разработка стратегии и тактики ценообразования. Экспериментальное внедрение турпродукта.</p> <p>Тема 7. Проектирование туристского продукта. Проектирование туристских услуг (туристского продукта) как процесс подготовки и разработки технических и технологических документов на</p>	

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>туристские услуги/туристский продукт в соответствии с программой обслуживания туристов и условиями путешествия. Модель туристской услуги. составление моделей туристских услуг. Разработка технических требований и нормируемых характеристик услуг. Установление технологических требований и определение технологии процесса оказания туристских услуг. Определение методов контроля качества проектируемых туристских услуг. Утверждение документов на проектируемые туристские услуги.</p> <p>Тема 8. Нормативно-техническое обеспечение разработки туристского продукта. Техническое задание. Технические условия: документы, устанавливающие технические, проектные и другие характеристики туристских услуг и процессов их оказания. Технологическая инструкция. Технологическая карта. Программа обслуживания туристов. Стандартизация как средство обеспечения безопасности и качества туристского продукта. Квалификационные требования, содержащиеся в должностных инструкциях, стандартах работы персонала и др.</p>	
Раздел 2. Продвижение туристского продукта	<p>Тема 9. Понятие продвижения туристского продукта. Способы продвижения туристского продукта. Продвижение туристского продукта: понятие и сущность. Продвижение туристского продукта как комплекс мер, направленных на его реализацию. Государственная поддержка в сфере продвижения отечественного туристского продукта. Классификация способов продвижения туристского продукта. Рекламные и нерекламные способы. Продвижение туристского продукта на этапе экспериментальной проверки (апробации): рекламные и обучающие туры, пробные продажи. Особенности использования отдельных способов продвижения туристского продукта. Участие в специализированных выставках, ярмарках, организация информационных центров, издание каталогов, буклетов и др. Система продвижения туристского продукта. Формирование сбытовой сети.</p> <p>Тема 10. Реклама в системе продвижения туристского продукта. Понятие «реклама». Федеральный закон «О рекламе». Реклама как форма коммуникации. Место рекламы в маркетинге туризма. Общие методические положения создания</p>	ЛК, ПЗ



Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
	<p>рекламы в туризме. Функции, принципы, цели, классификация видов рекламы в туризме. Реклама в системе маркетинг-микс. Основные средства распространения рекламы, их положительные и отрицательные стороны. Выбор оптимальных средств распространения рекламы в туризме. Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта турфирмы. Создание рекламного обращения. Уникальное торговое предложение. Реклама и психология потребителя. Особенности оценки эффективности рекламы в туризме. Разработка рекламного бюджета.</p> <p>Тема 11. Нерекламные способы продвижения туристского продукта. Личные (персональные) продажи, осуществляемые через агента. Прямая рассылка информации и работа с различными базами данных. Прямой маркетинг (телефонный маркетинг, почтовая рассылка – информация перспективных корпоративных клиентов). Стимулирование сбыта. Паблик рилейшнз (PR) в туризме. Цели, принципы и основные средства реализации «паблик рилейшнз». Взаимодействие рекламы и «паблик рилейшнз» при проведении комплексной рекламной кампании. Товарный знак и его использование в туризме. Брендинг в туризме. Структура бренда туристской дестинации. Индивидуальность бренда. Имя и визуализация бренда. Характеристики успешного бренда в туризме.</p> <p>Тема 12. Туристские выставки и ярмарки. Понятие и значение туристских выставок и ярмарок. Выставка как публичная демонстрация туристского продукта. Классификация выставок. Международные, национальные, межрегиональные и региональные выставки. Организация выставочной деятельности. Процесс организации участия туристского предприятия в работе выставки. Предвыставочная рекламная кампания. Предвыставочная рекламная кампания. Туристская ярмарка как коммерческое мероприятие. Оптовые ярмарки. международные туристские биржи. Современная концепция выставок и ярмарок. Наиболее популярные международные туристские выставки, биржи и ярмарки.</p>	

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; ПЗ – практические занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Microsoft Гарант Консультант Плюс Windows 7 KMS Corp (OS, Windows), MSOffice Professional Plus (офисные приложения, MSOffice)

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Веткин Владимир Анатольевич. Технология создания массового турпродукта [Текст/электронный ресурс]: Учебно-методическое пособие / В.А. Веткин, Е.В. Винтайкина. - 4-е изд., перераб. и доп.; Электронные текстовые данные. - М.: РУСАЙНС, 2019. - 248 с.: ил. - ISBN 978-5-4365-0320-2: 644.00.

2. Коль, О. Д. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / О. Д. Коль. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 355 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04332-7. <https://biblio-online.ru/book/marketing-v-turistskoy-industrii-450891>

### Дополнительная литература:

1. Дашкова, Т.Л. Маркетинг в туристическом бизнесе: учебное пособие / Т.Л. Дашкова. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2014. - 72 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02000-1; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452823>
2. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация и классификация в туризме: практическое пособие / Г. М. Дехтярь. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 412 с. — (Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-13510-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/448681>
3. Кирьянова, Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций: учебное пособие для вузов / Л. Г. Кирьянова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/451797>
4. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/455113>
5. Левченко, Т.П. Устойчивое развитие туризма на территориях без выраженной туристской привлекательности: оценка и инструменты развития=Sustainable development of tourism in territories without obvious tourist attractiveness: assessment and development tools: монография / Т.П. Левченко, О.В. Конаныхина. - Москва: Креативная экономика, 2018. - 180 с.: табл., схем., граф. - Библиогр.: с. 162-172 - ISBN 978-5-91292-242-8; [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498987>
6. Морозов, М. А. Экономика организации туризма: учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07403-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/454343>
7. Морозова, Н. С. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для вузов / Н. С. Морозова, М. А. Морозов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 192 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10941-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/454344>
8. Рассохина, Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 210 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12302-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/448693>
9. Реброва, Н.П. Территориальный маркетинг: учебное пособие / Н.П. Реброва; Финансовый университет при Правительстве РФ. - Москва: Прометей, 2018. - 141 с.: схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-907003-29-3; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494923>
10. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика: учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 391 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450406>
11. Шубаева, В. Г. Маркетинг в туристской индустрии: учебник и практикум для вузов / В. Г. Шубаева, И. О. Сердобольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва:

Издательство Юрайт, 2020. — 120 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08449-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/451446>

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН  
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

- <https://www.russiatourism.ru/> Федеральное агентство по туризму Министерство экономического развития Российской Федерации (РОСТУРИЗМ);

- <https://www.gost.ru/portal/gost> Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. Росстандарт официальный сайт;

- <http://www.consultant.ru/> КонсультантПлюс официальный сайт;

- <http://www.garant.ru/> Гарант официальный сайт;

- <https://kodeks.ru/> Кодекс официальный сайт;

- <http://infolaw.su/> Журнал «Информационное право».

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации  
<http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS  
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Разработка и продвижение туристского продукта».

2. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению дисциплины.

3. Методические рекомендации по обеспечению доступности освоения программы обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

4. Методические рекомендации по написанию и оформлению курсовых работ.


\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Разработка и продвижение туристского продукта» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН (положения/порядка).

#### РАЗРАБОТЧИКИ:

<b>Доцент, к.э.н.</b>		<b>О.Ю. Зевеке</b>
_____ Должность, БУП	_____ Подпись	_____ Фамилия И.О.
_____ Должность, БУП	_____ Подпись	_____ Фамилия И.О.
_____ Должность, БУП	_____ Подпись	_____ Фамилия И.О.

#### РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

<b>Зам. директора по УМР</b>		<b>Л.В. Куклина</b>
_____ Наименование БУП	_____ Подпись	_____ Фамилия И.О.

#### РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

<b>Зав. кафедрой туризма и гостиничного дела</b>		<b>О.Ю. Зевеке</b>
_____ Должность, БУП	_____ Подпись	_____ Фамилия И.О.