

Воскресенский институт туризма – филиал РМАТ

Кафедра экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Директор Воскресенского
института туризма – филиал РМАТ
Квартальнова Т.В.

« 31 » августа 2018 г.




РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Управление персоналом туристской компании»
по направлению подготовки 38.03.03
Управление персоналом
квалификация (степень) выпускника – бакалавр
Б1.В.ДВ.04.02

Воскресенск,
2018


Рабочая программа дисциплины «**Управление персоналом туристской компании**» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО), обязательными при реализации основных профессиональных образовательных программ бакалавриата по направлению подготовки 38.03.03 Управление персоналом образовательными учреждениями высшего образования на территории Российской Федерации, имеющими государственную аккредитацию.

Рабочая программа составлена на основе основной профессиональной образовательной программы и предназначена для обучающихся по направлению 38.03.03 Управление персоналом в качестве дисциплины вариативной части блока Б.1.




Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Экономики и управления, протокол № 1 от «31» августа 2018 г.

должность	ФИО	ученая степень, ученое звание	подпись
Зав. кафедрой экономики и управления	Ранюк В.В.	к.е.н.	

Разработчик (и):

должность	ФИО	ученая степень, ученое звание	подпись
Преподаватель	Алексеева Н.В.		

Рабочая программа согласована:

должность	ФИО	ученая степень, ученое звание	подпись
Зам. директора по УМР	Минаева Е.А.	к.п.н.	
Зав. кафедрой экономики и управления	Ранюк В.В.	к.с.н.	
Зав. библиотекой	Житникова Л.А.		

1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: ознакомление с основами туроперейтинга, технологиями управления персонала предприятия, формирование основных знаний и навыков организации деятельности туристской компании, формирование компетенций ПК-25, ПК-29.

Задачи дисциплины:

- формирование теоретических знаний в области туроперейтинга;
- овладение студентами умениями и навыками формирования конкурентоспособного туристского продукта, продвижения его на туристский рынок в соответствии с требованиями стандартов.
- формирование знаний организации качественного обслуживания туристов во время путешествия;
- формирование знаний технологий управления деятельностью персонала туроператорской компании.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, представленных в компетентностной карте дисциплины в соответствии с ФГОС ВО, компетентностной моделью выпускника, определенной вузом и представленной в ОПОП, и содержанием дисциплины:

Индекс компетенции	Название компетенции	Планируемые результаты обучения (в результате обучения обучающийся должен)		
		знать	уметь	владеть
ПК-25	Способность проводить анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом использовать его результаты для принятия управленческих решений	<ul style="list-style-type: none">• рыночные и специфические риски, связанные с деятельностью предприятия;• основные принципы управления на предприятии• методы использования результатов анализа рисков, связанных с деятельностью предприятия для принятия решений по управлению персоналом	<ul style="list-style-type: none">• анализировать специфические рыночные риски, связанные с деятельностью по управлению персоналом;• осуществлять управление людскими ресурсами на предприятии;• использовать методы анализа специфических рисков для принятия решений на предприятиях по управлению персоналом	<ul style="list-style-type: none">• широким набором инструментов по анализу рыночных рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом;• различными методами управление людскими ресурсами на предприятии;• способами анализа рисков по реализации функций управления на предприятии
ПК-29	Владение навыками анализа и диагностики состояния	<ul style="list-style-type: none">• основы анализа и диагностики состояния социальной сферы	<ul style="list-style-type: none">• проводить общий анализ и диагностировать состояние	<ul style="list-style-type: none">• широким спектром инструментов анализа и

Индекс компетенции	Название компетенции	Планируемые результаты обучения (в результате обучения обучающийся должен)		
		знать	уметь	владеть
	социальной сферы организации, способность целенаправленно и эффективно реализовать современные технологии социальной работы с персоналом, участвовать в составлении и реализации планов (программ) социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации	организации; • основные принципы работы с персоналом; • принципы планирования на предприятии с учетом социальной сферы, экономического состояния и общих целей организации; • современные технологии социальной работы с персоналом	социальной сферы организации; • осуществлять управление персоналом на предприятии с использованием современных технологий; • осуществлять планирование деятельности организации с учетом целей её развития и внешних факторов;	диагностики состояние социальной сферы и экономического состояния организации; • различными методами управления персоналом организации; • методами планирования в своей профессиональной деятельности по управлению персоналом организации

3. Место дисциплины в структуре ОПОП и этапы формирования компетенций.

Дисциплина « Управление персоналом туристской компании» реализуется по очной форме обучения в 6-ом семестре, заочной форме обучения в 8-ом семестре. Компетенции ПК-25, ПК-29 также формируются и другими дисциплинами в соответствии с учебным планом ОПОП.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

4.1. Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	82	82	
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	32	32	
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))	-	-	
практические занятия (ЗСТ ПР)	46	46	
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	2	2	
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)	-	-	

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		6	
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	2	
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе	134	134	
СРуз - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям и курсовым проектам (работам)	100	100	
СРпа - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	34	34	
Промежуточная аттестация	Экзамен		
Общая трудоемкость дисциплины: часы	216	216	
зачетные единицы	3	3	

4.2. Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		8	
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	20	20	
занятия лекционного типа (ЗЛТ)	8	8	
лабораторные работы (ЗСТ (ЛР))	-	-	
практические занятия (ЗСТ ПР)	8	8	
групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации) (ГК)	2	2	
групповые консультации по подготовке курсового проекта (работы)	-	-	
контактная работа при проведении промежуточной аттестации (в том числе при оценивании результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) (ПА конт)	2	2	
Самостоятельная работа обучающегося (СРО), в том числе	196	196	
СРуз - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к учебным занятиям и курсовым проектам (работам)	187	187	
СРпа - самостоятельная работа обучающегося при подготовке к промежуточной аттестации	9	9	
Промежуточная аттестация	Экзамен		
Общая трудоемкость дисциплины: часы	216	216	
зачетные единицы	3	3	

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Понятие и виды деятельности туроператора

Туроператор, его роль на туристском рынке. Предпосылки возникновения туроператорского предпринимательства. Функции и задачи туроператора. Основные различия между туроператором и турагентом. Виды туроператоров. Требования к туроператору. Условия осуществления туроператорской деятельности. Факторы, влияющие на туроператорскую деятельность. Направления и виды работ туроператора. Туроператоры въездного и внутреннего туризма. Организационная структура управления в туроператорской компании. Факторы, влияющие на формирование структуры управления туроператорской компании. Структурные подразделения туроператора. Функции структурных подразделений туроператора. Анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений.

Тема 2. Технологии управления персоналом туроператора

Организационная структура управления туроператорской компании. Персонал туроператорской компании. Виды технологий управления персоналом. Формирование персонала. Подбор и оценка персонала туроператора. Технологии обучения персонала. Создание благоприятных условий для трудовой деятельности. Технологии мотивации персонала. Квалификационные требования к сотрудникам туроператорской компании: личностные, профессиональные. Роль руководящих кадров в обеспечении эффективности управления туроператорской компанией. . Анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений . Анализ и диагностика состояния социальной сферы организации. Современные технологии социальной работы с персоналом,. Составление и реализация планов (программ) социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации

Тема 3. Понятие турагентской деятельности

Турагентство – посредник между туристами и туроператорами. Понятие турагентской деятельности. Место турагентств на туристском рынке. Функции и задачи турагентств. Виды турагентств. Основные виды деятельности, дополнительные услуги. Особенности работы туристских агентств. Рейтинги турагентств. Агентские сети: единый стиль, имидж участников, стандарты обслуживания. Виды сетевого бизнеса. Условия присоединения к сетям. Популярные агентские сети. Уполномоченные агентства туроператоров. . Анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений.

Тема 4. Технологии управления персоналом турагентства

Организационная структура турагентства в зависимости от специализации. Виды технологий управления персоналом. Принципы руководства турфирмой. Персонал турагентской компании. Квалификационные требования к сотрудникам турагентства. Подбор и оценка кадров. Стили руководства. Факторы, сплачивающие и разобщающие коллектив. Технологии мотивации персонала. График работы.

Технологии обучения персонала и повышения её квалификации. Тренинги командообразования: смысл, функции и результаты. Конфликты в коллективе и методы их разрешения.

Анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений . Анализ и диагностика состояния социальной сферы организации. Современные технологии социальной работы с персоналом,. Составление и

реализация планов (программ) социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации

Тема 5. Взаимоотношения турагента с туроператором и поставщиками туристских услуг

Сделка турагента с туроператором. Регулирование договорных отношений субъектов предпринимательства в России. Виды договоров между турагентом и туроператором. Работа с каталогами туроператора. Бронирование туров у туроператора. Взаимодействие турагента с поставщиками туристских услуг: транспортными компаниями, средствами размещения и пр. Расчеты за обслуживание туристов: наличные, безналичные. Комиссионное вознаграждение. Документационное обеспечение взаимодействия туроператора с турагентом. Рыночные и специфические риски, связанные с деятельностью предприятия; основные принципы управления на предприятии. Методы использования результатов анализа рисков, связанных с деятельностью предприятия для принятия решений по управлению персоналом

Тема 6. Создание туристского агентства

Юридические формальности при создании турагентства. Выбор формы собственности. Порядок прохождения процедур создания турагентства в государственных органах: регистрационной палате, налоговой инспекции, фондах, изготовление печатей и штампов, открытие расчетного счета фирмы. Альтернатива – покупка турагентства «под ключ».

Бизнес-план турагентства. Понятие бизнес - планирования. Составление бизнес-плана турагентства. Основные разделы бизнес-плана. Требования к бизнес-плану. Корректировка бизнес-плана. Диверсификация деятельности турфирмы в зависимости от внешних факторов.

Размещение и оснащение турагентства. Выбор и размещение офиса турагентства в зависимости от целевой аудитории. Как найти идеальное помещение: технологии поиска и оценки. Требования к оформлению офиса в соответствии с ГОСТ Р 50690-2017. Туристские услуги. Общие требования. Оснащение офиса: мебель, оргтехника и т.д. Приобретение и установка компьютерных технологий в турагентстве: системы поиска и онлайн-бронирования туров, системы автоматизации офиса, разработка интернет-сайта турагентства.

Создание имиджа турагентства. Имидж как положительный образ туристской фирмы. Значение названия фирмы для потребителей, ассоциация с предоставляемыми услугами, оригинальность. Понятие товарного знака, его регистрация и функции. Факторы, влияющие на формирование имиджа турфирмы (оформление офиса, партнерство, членство в ассоциациях, награды, персонал, связи с общественностью, работа в СМИ).

Анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений . Анализ и диагностика состояния социальной сферы организации. Современные технологии социальной работы с персоналом,. Составление и реализация планов (программ) социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации

Тема 7. Формирование туристского продукта

Понятие туристского продукта, его виды и содержание. Привлекательный туристский продукт. Потребительские свойства туристского продукта. Факторы, влияющие на формирование турпродукта. Модель «идеального» туристского продукта.

Этапы разработки турпродукта.

Проектирование тура и туристских услуг. Тур-проектирование, как начальный этап разработки туристского продукта. Содержание тур-проекта. Порядок и правила проектирования туристских услуг, ГОСТ Р 50681-2010. Туристские услуги. Проектирование туристских услуг. Программа обслуживания. Технология составления программ обслуживания с учетом вида туризма, категории туристов, видов транспорта и пр.

Тур-планирование. Выбор поставщиков услуг. Подготовка к заключению договора. Договорная компания с поставщиками услуг. Схемы и формы сотрудничества туроператора с предприятиями: размещения, перевозки (авиакомпаниями, автотранспортными предприятиями, железнодорожными компаниями и пр.), питания, экскурсионными фирмами, музеями и прочими поставщиками услуг. Расчет стоимости тура: методы ценообразования туристского продукта, факторы, влияющие на уровень и динамику цен тура. Подготовка туристской документации. Назначение туристской документации. Виды туристской документации: технологическая документация тура, документация обслуживания, документация выдаваемая туристу. Подготовка туристской документации. Компьютерные формы документирования туров.

Схемы деятельности туроператора рецептивного и инициативного с поставщиками туристских услуг. Договоры между рецептивным и инициативным туроператорами. Основные позиции договорных взаимоотношений между туроператорами рецептивным и инициативным: маршрут, количество дней и ночей, размещение, питание, трансфер, экскурсии, дополнительные услуги, сопровождающий и пр. Анализ и диагностика состояния социальной сферы организации. Современные технологии социальной работы с персоналом,. Составление и реализация планов (программ) социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации

Тема 8. Продвижение и реализация туристского продукта

Формирование сбытовой сети туроператора. Партнеры по сбыту. Каналы сбыта туристского продукта: внешние и внутренние каналы сбыта. Подбор партнеров по сбыту. Система продвижения туристского продукта туроператором. Сбытовая сеть туроператора. Договоры между туроператорами и турагентами. Агентское соглашение: основные пункты договора. Бронирование туров: бронирование в режиме on-line, бронирование по e-mail, бронирование по факсу, бронирование нестандартных туров, бронирование групповых туров, изменения заявки, аннуляция, страхование.

Реклама турпродукта. Понятие, цели и функции туристской рекламы. Виды рекламы в туризме. Рекламная компания: планирование рекламной деятельности туроператора, рекламные исследования, выбор средств рекламы, изготовление рекламного объявления, планирование выхода рекламных обращений, оценка эффективности рекламной деятельности и пр. Формирование рекламного бюджета.

Участие туроператора в выставочных мероприятиях. Цель выставочных мероприятий их виды. Этапы выставочной деятельности туроператора: предварительная подготовка к выставке, работа на выставке, работа после выставки. Рекламно-информационные издания. Затраты на участие в выставке.

Нерекламные методы продвижения турпродукта. Виды нерекламных методов продвижения турпродукта. Задачи и методы стимулирования потребителей и турагентов. Личные продажи через турагента. Прямая рассылка информации. Информационные поездки. Пропаганда - Public Relations в деятельности туроператора.

Реализация турпродукта. Традиционная и нетрадиционная формы продажи продукта туроператора. Договор реализации туристского продукта. Послепродажная деятельность.. Анализ и диагностика состояния социальной сферы организации. Современные технологии социальной работы с персоналом,. Составление и реализация

планов (программ) социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации

Тема 9. Организация обслуживания туристов

Стратегия обслуживания туристов. Компоненты и составляющие менеджмента и стратегии обслуживания в туризме. Оптимальность туристского обслуживания. Принципы современного туристского обслуживания. Виды обслуживания туристов: программное, анимационное (анимационные туристские маршруты и программы).

Качество туристского обслуживания и способы его регулирования. Понятие качества туристского продукта, услуги, обслуживания. Факторы, влияющие на качество туристского обслуживания. Критерии системы качества. Основные направления в организации качества обслуживания туристов. Стандарты качества. Роль обслуживающего персонала в качестве обслуживания туристов. Претензионная работа по искам туристов. Порядок разрешения споров.

Безопасность туристов. Основные направления работы туроператора по обеспечению безопасности. Факторы риска в туризме. Меры по предупреждению и снижению факторов риска. Информирование туристов. Сопровождение туристов. Соблюдение санитарных формальностей. Страхование туристов в путешествии. Виды и формы страхования в туризме. Страховой полис. Страховые случаи. Страхование российских туристов выезжающих за рубеж и иностранных туристов въезжающих в Россию. Страховые и сервисные компании. Сотрудничающие с туроператорами страховые компании. . Анализ и диагностика состояния социальной сферы организации. Современные технологии социальной работы с персоналом,. Составление и реализация планов (программ) социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации. Анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений.

5.2. Разделы дисциплины и виды занятий

5.2.1. Очная форма обучения

Наименование разделов и тем дисциплины	Формируемая компетенция	Всего часов	Контактная работа с обучающимися (час.)				СРО
			Итого	в том числе			
				ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ПР)	
1. Понятие и виды деятельности туроператора	ПК-29	26	12	4	-	8	14
2. Технологии управления персоналом туроператора	ПК-25,ПК-29	26	12	4	-	8	14
3. Понятие турагентской деятельности	ПК-29	18	4	4			14
4. Технологии управления персоналом турагентства	ПК-25,ПК-29	20	6	4		2	14
5. Взаимоотношения с турагентом	ПК-25	20	4	2		2	16

туроператором и поставщиками туристских услуг								
6. Создание туристского агентства	ПК-25,ПК-29	18	4	4				14
7. Формирование туристского продукта	ПК-29	24	12	4	-	8		12
8. Продвижение и реализация туристского продукта	ПК-29	24	10	2	-	8		14
9. Организация обслуживания туристов	ПК-25,ПК-29	22	10	4	-	6		12
Групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся	ПК-25,ПК-29	6	4	-	-	2	2	2
Форма промежуточной аттестации	ПК-25,ПК-29	12	4	-	-	2	2	8
Всего часов		216	82	32	-	46	4	134

5.2.2. Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем дисциплины	Формируемая компетенция	Всего часов	Контактная работа с обучающимися (час.)				СРО	
			Итого	в том числе				
				ЗЛТ	ЗСТ (ЛР)	ЗСТ (ПР)		ГК/ПА
1. Понятие и виды деятельности туроператора	ПК-29	24	2	1		1		22
2. Технологии управления персоналом туроператора	ПК-25,ПК-29	20	2	1		1		18
3. Понятие турагентской деятельности	ПК-29	22	2	1		1		20
4. Технологии управления персоналом турагентства	ПК-25,ПК-29	20	2	1		1		18
5. Взаимоотношения турагента с туроператором и поставщиками туристских услуг	ПК-25	20	2	1		1		18
6. Создание туристского агентства	ПК-25,ПК-29	20	2	1		1		18
7. Формирование туристского продукта	ПК-29	24	2	1		1		22

8. Продвижение и реализация туристского продукта	ПК-29	23	1	1				22
9. Организация обслуживания туристов	ПК-25,ПК-29	23	1			1		22
Групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся	ПК-25,ПК-29	2	2				2	-
Форма промежуточной аттестации	ПК-25,ПК-29	18	2				2	16
Всего часов		216	20	8	-	8	4	196

6. Контактная и самостоятельная работа обучающихся

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям) включает в себя: занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся) и (или) занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия), и (или) групповые консультации, и (или) индивидуальную работу обучающихся с педагогическими работниками РМАТ и (или) лицами, привлекаемыми РМАТ к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации).

Занятия лекционного типа проводятся в соответствии с объемом и содержанием, представленным в таблице раздела 5.

При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается 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, содержание дисциплины (модуля) составлено на основе результатов научных исследований, проводимых РМАТ, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

6.1. Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и др.)

Тема 1. Понятие и виды деятельности туроператора

Цель занятия: формировать у обучаемых знание основных понятий туроператорской деятельности, умения проводить анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений.

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: групповая дискуссия, практическое задание.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: возникновение туроперейтинга, основные задачи, функции, классификация, место на рынке.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие туроператорская деятельность.
2. Каковы функции и задачи туроператора?
3. Возникновение туроператорского предпринимательства.

4. Роль туроператора на туристском рынке.
5. Условия осуществления туроператорской деятельности в РФ.
6. Факторы устойчивости туроператора на рынке.
7. Основные различия между туроператором и турагентом.
8. Какие туроператорские компании являются лидерами по популярным туристским направлениям?
9. Дифференциация туристских направлений на Российском туристском рынке.

Практическое задание: предлагается составить таблицу «Классификация туроператоров». Таблица должна включать от 5-10 ведущих туроператоров по виду деятельности, месту деятельности.

Практическое задание: предлагается ситуация для обсуждения «Рейтинг качеств «Идеального туроператора».

По результатам опроса руководителей 500 турфирм города Москвы, составлена таблица и представлены функциональные качества туроператоров, на которые обращают внимание турагенты при заключении агентского соглашения. Среди них:

- удобное месторасположение,
- респектабельность офиса,
- постоянная услуга по расширению списка предлагаемых туристских услуг,
- доброжелательность на деловом и личностном уровне,
- большой спектр предложений и дополнительных услуг,
- информационная открытость, продуманность рекламы, высокое качество рекламно-информационного материала,
- выгодная ценовая политика,
- оптимальное соотношение цены и качества предлагаемых услуг,
- профессионализм персонала,
- стабильность деятельности на протяжении длительного времени,
- четкость и оперативность в работе с турагентами.

Выделите пять наиболее важных, с вашей точки зрения, функциональных качеств «идеального» туроператора. Какие еще качества вы можете назвать? Какие из известных вам туроператоров соответствуют указанным выше качествам?

Тема 2. Технологии управления персоналом туроператора

Цель занятия: формировать у обучаемых знание управления кадрами туроператорской компании, умения проводить анализ и диагностику состояния социальной сферы организации; использовать современные технологии социальной работы с персоналом, составлять и реализовывать программы социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации; умения проводить анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений.

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: групповая дискуссия.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: управление трудовыми ресурсами в туроператорской компании.

Вопросы для обсуждения:

1. Каково значение кадров в деятельности туроператора?
2. Какие источники информации используются для подбора персонала туроператорской компании?
3. Каковы признаки и цели профессионального развития персонала?
4. Движение и профессиональное развитие персонала.

5. Мотивация профессиональной деятельности работников туроператорской компании.
 6. Какова роль руководящих кадров в управлении кадрами туроператорской компании?
 7. Какие требования, предъявляются к менеджерам туроператора?
- Практическое задание:* рассмотреть организационную структуру управления одного из ведущих туроператоров выездного и внутреннего туризма и сравнить их.

Тема 3. Понятие турагентской деятельности

Цель занятия: формировать у обучаемых знание основных понятий туроператорской деятельности, умения проводить анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: групповая дискуссия, практическое задание.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: основные задачи турагентства, его функции, классификация, место на туристском рынке.

Вопросы для обсуждения:

1. Каковы основные определения турагентской деятельности.
 2. Назовите основные функции, задачи и формы туристского агентства.
 3. Виды агентств, их характеристика.
 1. Независимые туристские агентства.
 4. Турагентские сети. Причины возникновения агентских сетей.
 5. Каковы преимущества и недостатки присоединения турагентств к сетям?
 6. Франчайзинговые отношения в турагентском бизнесе.
 7. Назовите и охарактеризуйте способы формирования агентских сетей.
- Приведите примеры. Рейтинги турагентств.
8. Охарактеризуйте популярные в настоящий момент агентские сети.

Практическое задание: Студентам необходимо решить задачу на классификацию туристских агентств (необходимый материал предоставляет преподаватель).

Тема 4. Технологии управления персоналом турагентства

Цель занятия: формировать у обучаемых знание управления кадрами туроператорской компании, умения проводить анализ и диагностику состояния социальной сферы организации; использовать современные технологии социальной работы с персоналом, составлять и реализовывать программы социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации; умения проводить анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: групповая дискуссия.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: управление трудовыми ресурсами в туроператорской компании.

Вопросы для обсуждения:

1. Каковы принципы управления персоналом турагентства?
2. Какие требования предъявляются к сотрудникам турагентства?
3. По каким критериям осуществляется подбор кадров для работы в турагентстве?
4. Какие технологии мотивации сотрудников используются в турагентстве.
5. Квалификационные требования к менеджерам по продаже турпродукта и туруслуг.
6. Какова роль руководящих кадров в управлении кадрами турагентской

компаний?

Практическое задание: Студентам необходимо рассмотреть организационную структуру турагентства на конкретном примере.

Тема 5. Взаимоотношения турагента с туроператором и поставщиками туристских услуг

Цель занятия: сформировать у обучаемых знание принципов и особенностей взаимоотношений турагентов с туроператорами и поставщиками туристских услуг, анализа рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений.

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: групповая дискуссия, практическое задание.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: технологии взаимодействия турагента с туроператором и поставщиками туристских услуг.

Вопросы для обсуждения:

1. Раскройте понятие сделки турагента с туроператором.
2. Как регулируются договорные отношения субъектов предпринимательства в России?
3. Раскройте основные положения договоров между турагентом и туроператором.
4. Особенности взаимодействия турагентства с поставщиками туристских услуг.
5. Каков порядок бронирования туров и туристских услуг?

Практическое задание: Студентам необходимо проанализировать агентский договор между турагентами и туроператорами (на примере конкретных предприятий).

Практическое задание: Студентам необходимо рассмотреть взаимоотношения турагента с авиакомпанией: правила бронирования, продажа и оформление авиабилетов. На примере конкретных предприятий составить соответствующие договоры.

Тема 6. Создание туристского агентства

Цель занятия: формировать у обучаемых знание основных аспектов создания турагентства, умения проводить анализ и диагностику состояния социальной сферы организации; использовать современные технологии социальной работы с персоналом, составлять и реализовывать программы социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации; умения проводить анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений.

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: групповая дискуссия, практическое задание.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: формирование сбытовой сети, рекламная деятельность и нерекламные методы продвижения туроператора.

Вопросы для обсуждения:

1. Раскройте порядок прохождения процедур создания турагентства как юридического лица.
2. Какова цель составления бизнес-плана? Какие разделы включаются в бизнес-план?
3. Каковы особенности выбора и размещения офиса турагентства в зависимости от целевой аудитории?
4. Какие требования предъявляются к офису турфирмы?
5. Перечислите требования ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования к офису турфирмы.

6. Какие информационные технологии применяются в деятельности турагентств?
7. Раскройте принцип работы систем поиска туров.
8. Раскройте понятие «имидж» как положительный образ туристской фирмы.
9. Расскажите о значении названия фирмы для потребителей.
10. Какие факторы влияют на формирование имиджа фирмы.
11. Какая необходима документация при организации турагентства?
12. Альтернатива – покупка турагентства «под ключ».

Практическое задание: Студентам предлагается составить бизнес – план турагентства (резюме, анализ рынка, анализ конкурентов на рынке, организационный и производственный план).

Практическое задание: Студентам предлагается разработать макет оформления турагентства, специализирующегося на реализации круизов

Тема 7. Формирование туристского продукта

Цель занятия: формировать у обучаемых знание основных понятий формирования туристского продукта и навыков разработки тура; умения проводить анализ и диагностику состояния социальной сферы организации; использовать современные технологии социальной работы с персоналом, составлять и реализовывать программы социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации.

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: групповая дискуссия, практическое задание.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: технология формирования туристского продукта.

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие туристского продукта, его содержание и структура.
2. Жизненный цикл туристского продукта: характеристика этапов.
3. Какие виды туристского продукта существуют?
4. Потребительские свойства туристского продукта.
5. Этапы формирования туристского продукта.
6. Что такое программа обслуживания туристов?
7. В чем состоят преимущества и недостатки программных туров?
8. По каким критериям туроператор осуществляет выбор поставщиков услуг?
9. Каковы формы взаимодействия туроператора со средствами размещения, транспортными компаниями, экскурсионными фирмами и предприятиями питания?
10. Каким образом осуществляется расчет стоимости тура?
11. Методическое обеспечение тура.
12. Какие договоры заключаются между инициативным и рецептивным туроператорами? Основные положения договора.

Практическое задание: Составить программу обслуживания туристов по маршруту Москва - Владимир - Суздаль. Определить:

- маршрут путешествия;
- перечень туристских предприятий - исполнителей услуг;
- период предоставления услуг каждым таким предприятием;
- перечень экскурсий и достопримечательных объектов, туристских походов и прогулок;
- комплекс досуговых мероприятий;
- продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута;
- количество туристов, участвующих в путешествии;
- вид транспорта для внутренних перевозок.

Практическое задание: Выбрать для примера два тура по России и провести оценку их потребительских свойств. Сделать выводы по каждому туру и сравните их.

Проанализировать факторы, влияющие на потребительские свойства каждого из них.

Тема 8. Продвижение и реализация туристского продукта

Цель занятия: формировать у обучаемых знание продвижения туристского продукта и туристских услуг на рынок; умения проводить анализ и диагностику состояния социальной сферы организации; использовать современные технологии социальной работы с персоналом, составлять и реализовывать программы социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации.

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: групповая дискуссия, практическое задание.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: формирование сбытовой сети, рекламная деятельность и нерекламные методы продвижения туроператора.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные каналы продвижения и сбыта турпродукта.
2. Формы организации сбыта турпродукта.
3. Факторы, влияющие на выбор туроператором партнеров по сбыту.
4. Договоры, заключаемые между туроператором и турагентом.
5. Каковы цели, задачи, функции и принципы туристской рекламы?
6. Рекламная компания туроператора.
7. Нерекламные методы продвижения туроператора.
8. Методы стимулирования потребителей и розничных турагентов.
9. Цель информационно-ознакомительных поездок.
10. Значение пропаганды в деятельности туроператора.
11. Средства пропаганды, используемые туроператором.
12. Популярные международные и национальные туристские выставки.
13. Этапы выставочной деятельности туроператора.
14. Информационный материал, используемый на выставках.
15. Мероприятия, проводимые на туристских выставках.

Практическое задание: проанализировать преимущества и недостатки турпродукта и составить рекламное обращение включающее - слоган, вступительную часть, информационный блок, сведения о туроператоре (турпродукт по выбору студента).

Практическое задание: составить план мероприятий для туроператорской компании (на конкретном примере) по паблик рилейшнз, направленных на:

- создание и поддержание имиджа компании, и обеспечение эффекта ее присутствия в сферах конкурентного рынка и в сопутствующих ему акциях;
- достижение понимания и доброжелательности со стороны средств массовой информации и социума, на который ориентируется бизнес.

Тема 9. Организация обслуживания туристов

Цель занятия: формировать у обучаемых знание особенностей организации обслуживания туристов во время поездки; умение проводить анализ и диагностику состояния социальной сферы организации; использовать современные технологии социальной работы с персоналом, составлять и реализовывать программы социального развития с учетом фактического состояния социальной сферы, экономического состояния и общих целей развития организации; умение проводить анализ рыночных и специфических рисков, связанных с деятельностью по реализации функций управления персоналом, использование результатов для принятия управленческих решений.

Тип занятия: семинар.

Форма проведения: групповая дискуссия, практическое задание.

Основная тема (либо проблема) для обсуждения: стратегия обслуживания, виды

обслуживания, организация предоставления услуг на маршруте.

Вопросы для обсуждения:

1. Стратегии обслуживания туроператора, её компоненты.
2. Какие факторы следует учитывать при организации обслуживания туристов?
3. Технология обслуживания туристов на туре.
4. Роль анимации в туризме.
5. Основные направления современной анимации.
6. Качество туристского обслуживания, факторы, влияющие на качество туристского обслуживания.
7. Показатели качества туристского обслуживания.
8. Основные направления в организации качества обслуживания туристов.
9. Основные направления работы туроператора по обеспечению безопасности туристов в путешествии.
10. Виды рисков в туризме, их характеристика.
11. Виды страхования в туризме.
12. Услуги, предоставляемые страховыми компаниями туристам.
13. Взаимодействие туроператора со страховой компанией.
14. Страхование туристов на внутренних маршрутах.

Практическое задание: предлагается студентам ситуация для обсуждения. Турфирма расположена в городе Угличе – в одном из городов Золотого кольца России, помимо нее в городе есть еще три турфирмы. В настоящее время в городе работает гостиница, пансионат, Гостиный двор. В городе и его округе находятся три церкви, три действующих монастыря. В городе работает 26 музеев, в планах руководства города открытие новых музеев. К достоинствам города относятся: богатая история, удобное месторасположение – город порт, первый после Москвы по Волге, хорошая автотрасса, есть железнодорожное сообщение, благоприятная экология.

Рассмотреть возможную стратегию развития турфирмы, методы борьбы с конкурентами.

6.2. Самостоятельная работа обучающихся

1. Понятие и виды деятельности туроператора

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Что такое туроперейтинг и с чем связано возникновение бизнеса туроперейтинга на туристском рынке?
2. Каковы предпосылки возникновения туроператорского предпринимательства?
3. Каковы функции и задачи туроператора?
4. Условия осуществления туроператорской деятельности в РФ.
5. Каковы основные различия между туроператором и турагентом?
6. Какие туроператорские компании являются лидерами по популярным туристским направлениям?
7. Дифференциация туристских направлений на Российском туристском рынке.

Практическое задание: подготовить презентацию на тему: Состояние туристского рынка России на современном этапе, Туроперейтинг внутреннего и въездного туризма.

2. Технологии управления персоналом туроператора

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Организационная структура туроператора.
2. Классификация технологий управления персоналом туристского предприятия.

3. Какие критерии используются в туроператорской компании для подбора персонала?
4. Повышение квалификации сотрудников туроператора.
5. Методы оценки персонала турфирмы.
6. Какую роль играет руководство туроператорской компании в управлении кадрами?
7. Личностные и профессиональные требования предъявляются к менеджерам туроператора.

Практическое задание: предлагается провести анализ методов оценки персонала при выборе на работу (на примере туроператора) и составить схему процесса подбора персонала.

3. Формирование туристского продукта

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Туристский продукт его структура и содержание.
2. Что относится к потребительским свойствам туристского продукта?
3. В чем заключаются сильные и слабые стороны инклюзив и заказных туров?
4. Что такое оптимальная программа обслуживания?
5. Порядок и правила проектирования туристских услуг.
6. Программа обслуживания, факторы, влияющие на формирование программы обслуживания.
7. Факторы, влияющие на выбор поставщиков туристских услуг?
8. Подготовка туроператора к договорной компании?
9. Какие договоры заключаются между туроператором и гостиничными предприятиями?
10. Какие договоры заключаются между туроператором и транспортными компаниями(авиаперевозчиком, автотранспортным предприятием, судовладельцем, железной дорогой)?
11. Каковы основные положения договора между туроператором предприятием питания, экскурсионной фирмой и музеем?
12. Какие факторы влияют на цену туристского продукта?
13. Каково назначение туристской документации?
14. В чем состоят преимущества деятельности для инициативного туроператора через рецептивного?
15. Какие основные моменты должны быть отражены в договоре между инициативным и рецептивным туроператором при организации инклюзив-тура, заказного тура?

Практическое задание: составить вербальную модель туристского продукта. При составлении модели указать: перечень основных и дополнительных услуг, маршрут поездки, его продолжительность. Обосновать свою разработку.

Практическое задание: Подготовить презентацию по оформлению виз в страны Шенгена. Проанализировать общие и отличительные требования, предъявляемые различными странами, входящими в Шенген.

4. Продвижение и реализация туристского продукта

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. По каким критериям подбираются партнеры по сбыту?
2. Взаимодействие между туроператора с турагентом.
3. В каких случаях используются внутренние, а в каких внешние каналы сбыта турпродукта?

4. Как осуществляется работа с системами бронирования?
5. Какими программами бронирования туров пользуются крупные российские туроператоры. Их возможности и недостатки.
6. Процедура бронирования туров.
7. Каковы цели и функции рекламы в туризме?
8. Виды туристской рекламы, её специфика.
9. Этапы планирования рекламной компании туроператора.
10. Эффективность рекламной деятельности туроператора.
11. Какие нерекламные методы продвижения используют туроператорские компании на современном туристском рынке?
12. Стимулирование турагентов и туристов туроператором.
13. PR-деятельность туроператоров: цели, методы, принципы.
14. Какова цель информационных поездок? В чем особенность их организации?
15. Выставочные мероприятия, их виды и роль в деятельности туроператора.
16. Каковы этапы выставочной деятельности туроператора? Охарактеризуйте их.
17. Крупные туристские выставки в мире и России.
18. Как организуют свою работу на выставках ведущие туроператорские компании?
19. Рекламно-информационный материал туроператора: виды, особенности, требования, использование.
20. Реализация туристского продукта: виды продаж, процедура работы с клиентом.

Практическое задание: Выбрать тур (предложения туроператоров), проанализировать его достоинства и недостатки, составить рекламное обращение и выбрать средства распространения информации. Обосновать свой выбор.

Практическое задание: При посещении ближайшей туристской выставки обратить внимание на стенды и рекламный материал туристских компаний. Протестировать некоторые стенды и рекламно-информационный материал. Продумать возможности их совершенствования.

5. Организация обслуживания туристов

Вид работы: изучение литературы по теме, подготовка к семинарскому занятию.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Что такое стратегия обслуживания туристов?
2. Современные принципы программного обслуживания туристов.
3. Что такое анимация в туризме?
4. Какие направления анимации в туризме существуют в настоящее время?
5. Анимационные мероприятия в программах туристского обслуживания.
6. Использование анимации при составлении туристских программ.
7. Понятие качества туристского обслуживания.
8. Факторы, влияющие на качество туристского обслуживания.
9. Какие требования предъявляются к профессиональным и личностным качествам специалиста в области туроперейтинга?
10. Основные задачи профессиональной деятельности менеджера туроперейтинга?
11. Каковы производственные обязанности менеджера туроперейтинга?
12. Основные направления работы туроператора по обеспечению безопасности туристов в путешествии.
13. Какие регионы являются опасным по возможности возникновения природных катастроф, по медицинским рискам, по воздействию окружающей среды?
14. Возможные риски при организации туров с использованием активных способов передвижения.
15. Каковы туристские формальности следует соблюдать при совершении поездок в

разные страны мира?

16. Виды страхования в туризме.

17. Условия страхования туристов.

18. Компенсационное и сервисное страховое обслуживание.

19. Система страхования внутреннего туризма.

20. Какие дополнительные программы страхования предлагаются российскими страховщиками для туризма?

Практическое задание: Разработать программу обеспечения гостеприимства на конкретном туре (по выбору студента).

Практическое задание: Провести мониторинг удовлетворенности потребителя относительно качества предоставляемых услуг, используя ресурсы Интернета.

Практическое задание: рассмотреть виды страхования, предлагаемые страховыми компаниями разным категориям туристов.

6.3. Методические рекомендации по самостоятельной работе обучающихся и подготовке к промежуточной аттестации

Методические рекомендации по самостоятельной работе составлены с целью оптимизации процесса освоения обучающимися учебного материала.

Самостоятельная работа обучающегося направлена на углубленное изучение разделов и тем рабочей программы и предполагает изучение литературных источников, выполнение домашних заданий и контрольных работ, проведение исследований разного характера. Работа основывается на анализе материалов, публикуемых в интернете, а также реальных фактов, личных наблюдений.

Самостоятельная работа обучающегося над усвоением материала по дисциплине может выполняться в читальном зале РМАТ, специально отведенных для самостоятельной работы помещениях, посредством использования электронной библиотеки и ЭИОС РМАТ.

Содержание и количество самостоятельной работы обучающегося определяется учебным планом, методическими материалами и указаниями преподавателя.

Также самостоятельная работа включает подготовку и анализ материалов по темам пропущенных занятий.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время включает:

- работу с лекционным материалом, предусматривающую проработку конспекта лекций;

- изучение учебной и научной литературы;

- поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, написание доклада, исследовательской работы по заданной проблеме;

- выполнение задания по пропущенной или плохо усвоенной теме;

- подготовку к практическим занятиям;

- подготовка к промежуточной аттестации.

В зависимости от выбранных видов самостоятельной работы студенты самостоятельно планируют время на их выполнение. Предлагается равномерно распределить изучение тем учебной дисциплины.

Важнейшим условием успешного освоения материала является планомерная работа обучающегося. Поэтому начинать подготовку к зачету по дисциплине «Технологии управления персоналом туроператорской компании» следует с первого занятия.

Для успешной сдачи зачета студентам рекомендуется соблюдать следующие правила:

- подготовка к зачету должна быть системной в течение всего семестра;

- наиболее интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до зачета: необходимо распределить вопросы к зачету таким образом, чтобы

успеть выучить или повторить их полностью до начала сессии;

- за 2-3 дня до зачета рекомендуется повторить все вопросы. Накануне зачета рекомендуется повторить весь курс в целом, чтобы систематизировать материал, а также доучить некоторые вопросы (как показывает опыт, именно этого дня обычно не хватает для полного повторения курса).

7. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средства оформлен в соответствии с методическими рекомендациями и является составной частью рабочей программы дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1. Основная литература

1. Данилина, Е.И. Инновационный менеджмент в управлении персоналом: учебник / Е.И. Данилина, Д.В. Горелов, Я.И. Маликова. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496191>

2. Дейнека А. В., Беспалько В. А. Управление человеческими ресурсами: учебник. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=search_red

3. Шапиро, С.А. Организационное поведение: учебное пособие / С.А. Шапиро. - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562608>

8.2. Дополнительная литература

1. Алавердов, А.Р. Управление человеческими ресурсами организации: учебник / А.Р. Алавердов. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва: Университет «Синергия», 2017. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455415>

2. Сухов, Р.И. Организация туристской деятельности: учебник./ Р.И. Сухов. - Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462032>

3. Желтов О. Б. Трудовое право: учебник. - Издательство «Флинта», 2017 URL.: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=103497&sr=1

4. Рябчикова, Т.А. Основы организации труда: учебное пособие / Т.А. Рябчикова. - Томск: ТУСУР, 2016. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480891>

9. Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

9.1. Ежегодно обновляемые современные профессиональные базы данных

1. <http://www.russiatourism.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры

2. <http://www.rostourunion.ru/> - официальный сайт отраслевого объединения, в которое входят туроператоры, турагентства, гостиницы, санаторно-курортные учреждения, транспортные, страховые, консалтинговые, IT-компании, учебные заведения, СМИ, общественные и иные организации в сфере туризма

3. <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации

4. Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus - <https://www.scopus.com>

5. Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com>

6. [Science Alert](#) является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. Science Alert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки.

7. [Science Publishing Group](#) электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики, электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологии, творчества, языка и литературы.

9.2. Ежегодно обновляемые информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/> (бесплатная версия);

2. Информационно-правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/>;

3. Кадровое делопроизводство «Кадровик-практик» – URL: <http://www.kadrovik-praktik.ru/>.

10. Ежегодно обновляемый комплект лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Office. Интегрированный пакет прикладных программ.
2. Microsoft Windows
3. Корпоративная информационная система «КИС»

11. Электронные образовательные ресурсы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
2. Корпоративная информационная система «КИС».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Изучение дисциплины обеспечивается в соответствии требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 38.03.03

Управление персоналом к материально-техническому обеспечению.

Материально-техническое обеспечение необходимое для реализации дисциплины включает: специальные помещения, представляющие собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации хранятся в электронном виде на кафедре).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС РМАТ.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» и ЭИОС РМАТ обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся по программе бакалавриата.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к ежегодно обновляемым

современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в п.9.