

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Алейник Станислав Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 05.04.2024 07:14:17

Уникальный программный код: 5258223550ea9fbeb23776a1609b644b73d8986ab6255891f288f013a1351fae

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМ.В.Я.ГОРИНА»**

Рассмотрено и одобрено
на заседании Ученого совета ИПКА
ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ
«14» 03 2024г.
протокол № 3

Утверждаю:
директора ИПКА
ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ
А.В. Косов
«14» 03 2024г.



**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА
повышения квалификации**

«Гостеприимство и туризм: (ре)старт бизнеса»

Объем часов: 36 часов

Форма обучения: очная

Майский, 2024

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативно-правовые основания разработки программы

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273 – ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон № 273-ФЗ);
- Постановление Правительства Российской Федерации от 22 января 2013 г. № 23 «О Правилах разработки, утверждения и применения профессиональных стандартов»;
- Приказ Минтруда России от 12 апреля 2013 г. № 148н «Об утверждении уровней квалификаций в целях разработки проектов профессиональных стандартов»;
- Приказ Минобрнауки России от 1 июля 2013 г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам».
- Профессиональный стандарт «Маркетолог» приказ Министерства труда и социальной защиты труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 ноября 2023 года №790н.
- Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих Раздел I. «Общепрофессиональные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях» должность «Менеджер» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 № 37) (ред. от 27.03.2018);
- Положение о порядке разработки и утверждения образовательных программ в институте переподготовки и повышения квалификации кадров агробизнеса, утверждено приказом ректора ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ от 30.12.2016;
- Положение об организации итоговой аттестации при реализации дополнительных профессиональных программ, утверждено приказом ректора ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ от 30.12.2016;
- Положение об организации учебного процесса в институте переподготовки и повышения квалификации кадров агробизнеса, утверждено приказом ректора ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ от 30.12.2016

1.2. Требования к слушателям - индивидуальные предприниматели, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

Категория слушателей – индивидуальные предприниматели.

1.3. Форма освоения программы - очная

1.4. Цель и планируемые результаты обучения

Целью реализации программы является совершенствование профессиональных компетенций, необходимых для выполнения профессиональной деятельности в рамках имеющейся квалификации по организации маркетинговой деятельности и управлению маркетинговой деятельностью с целью разработки и реализации комплекса мер и подходов к ведению бизнеса, обеспечивающих организацию маркетинговой деятельности и эффективное управление ею.

Виды профессиональной деятельности и трудовые функции:

Вид профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция	Уровень квалификации	Основание
08.035 Организация маркетинговой деятельности и управление маркетинговой деятельностью	Управление маркетинговой деятельностью организации	8	Профессиональный стандарт «Маркетолог» приказ Министерства труда и социальной защиты труда и социальной защиты Российской Федерации от 08 ноября 2023 года №790н
Управление предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия, учреждения, организации, направленной на удовлетворение нужд потребителей и получение прибыли за счет стабильного функционирования	Планирование предпринимательской или коммерческой деятельности, осуществление контроля за разработкой и реализацией бизнес-планов и коммерческих условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, оценивание степени возможного риска	6	Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих Раздел I. «Общепромышленные квалификационные характеристики должностей работников, занятых на предприятиях, в учреждениях и организациях» должность «Менеджер» (утв. Постановлением Минтруда России от 21.08.1998 № 37) (ред. от 27.03.2018)

Планируемые результаты обучения:

Совершенствуемая профессиональная компетенция	Трудовые действия	Умения	Знания
Формирование маркетинговой стратегии организации	<ul style="list-style-type: none"> - Организация работы маркетинговой службы в рамках стратегии развития организации, текущих бизнес-процессов и проектной деятельности организации - Создание и развитие стратегической системы для выполнения маркетинговых функций в организации - Создание и развитие операционной системы для выполнения маркетинговых функций в организации - Руководство работой по системному развитию и оптимизации операционной и организа- 	<ul style="list-style-type: none"> -Разрабатывать маркетинговую стратегию организации Прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации -Выстраивать систему взаимодействия маркетинговой службы с другими подразделениями организации -Реализовывать альтернативные маркетинговые стратегии в организации - Производить стратегический анализ 	<ul style="list-style-type: none"> - Методика проведения комплексного маркетингового исследования - Принципы стратегического и оперативного планирования - Методы и стратегии ценообразования - Системы управления информацией в рамках реализации инвестиционного проекта - Особенности применения механизмов по привлечению инвести-

	ционной структур маркетинговой службы организации	рыночных опасностей и возможностей организации для формирования адаптивной маркетинговой стратегии - Разрабатывать стратегический маркетинговый план организации, план бюджета, план мероприятий и системы контроля	ций для различных отраслей экономики - Методы и инструменты стратегического маркетинга
Управление предпринимательской или коммерческой деятельностью предприятия	-организация и планирование предпринимательской или коммерческой деятельности предприятия; -осуществление контроля за разработкой и реализацией бизнес-планов, заключение соглашений, договоров и контрактов, оценивание степени возможного риска.	-организовать связь с деловыми партнерами, систему сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом; -осуществлять анализ спроса на производимую продукцию или услуги, прогноз и мотивацию сбыта посредством изучения и оценки потребностей покупателей.	-законодательные и нормативные правовые акты, регламентирующие предпринимательскую и коммерческую деятельность; -конъюнктуру рынка, порядок ценообразования, налогообложения, основы маркетинга; -порядок разработки бизнес-планов и коммерческих условий соглашений, договоров, контрактов.

1.5. Трудоемкость программы – «Гостеприимство и туризм: (ре)старт бизнеса» - 36 часов

2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименования модуля, раздела, темы	Всего часов	Контактная работа, час., в том числе:						Электронное обучение (ЭО), час.			Самостоятельная работа, час.	Стажировка, час.	Форма контроля			
			аудиторная работа, час.			с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ), час.			Лк	ПЗ	Всего			З	Э	МЭ	
			Лк	ПЗ	Всего	Лк	ПЗ	Всего									
1	Условия и факторы развития туристического бизнеса в РФ	4	2	2	4												
2	Выбор бизнес-модели в туризме и сфере гостеприимства	6	2	4	6												
3	Разработка бизнес-модели и финансовое планирование.	6	2	4	6												
4	Маркетинг в туризме.	6	2	4	6												
5	Работа с клиентами, выстраивание сервиса;	6	2	4	6												
6	Управление командой.	6	2	4	6												
7	Итоговая аттестация	2														2	
		36	12	22	34												

Условные обозначения:

ЛК - лекции

ПЗ- практические занятия

СР – самостоятельная работа

З- зачет

Э- экзамен

МЭ-междисциплинарный экзамен

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

Занятия проводятся 6 дней по 6-8 академических часов в день в соответствии с расписанием.

№ п/п	Тема занятий	Всего	Дни недели						
			1	2	3	4	5	6	
1	Условия и факторы развития туристического бизнеса в РФ	4	4						
2	Выбор бизнес-модели в туризме и сфере гостеприимства	6	2	4					
3	Разработка бизнес-модели и финансовое планирование.	6		2	4				
4	Маркетинг в туризме.	6			2	4			
5	Работа с клиентами, выстраивание сервиса;	6				2	4		
6	Управление командой.	6					2	4	
7	Итоговая аттестация	2							2
	ИТОГО:	36	6	6	6	6	6	6	6

4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

4.1. ФОРМА ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

4.1.1 Формат программы основан на едином принципе представления содержания образовательной программы и построения учебных планов и содержит один учебный модуль, подчиненный единой цели программы который включает в себя перечень, трудоемкость, последовательность и распределение учебных занятий, иных видов учебной деятельности обучающихся и форм аттестации.

4.2. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.2.1 Обучение по программе осуществляется на основе договора о платных образовательных услугах, заключаемого со слушателем и (или) с физическим или юридическим лицом, обязующимся оплатить обучение лица, зачисляемого на обучение.

Обучение может осуществляться как одновременно и непрерывно, так и поэтапно посредством освоения отдельных разделов программы.

4.2.2. Обучение осуществляется в соответствии с Учебным планом и календарным учебным графиком.

4.3 РЕСУРСЫ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Профессиональный штат педагогических работников института переподготовки и повышения квалификации кадров агробизнеса, приглашенные на условиях почасовой оплаты преподаватели из числа ведущих ученых, руководителей и специалистов органов государственной власти, практиков.

5. СОДЕРЖАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

5.1. АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Наименование разделов, тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности слушателей	Объем аудиторных часов
Условия и факторы развития туристического бизнеса в РФ	-природно-рекреационный и историко-культурный потенциал; -наличии привлекательных туристских ресурсов;	Л-2ч, ПЗ-2ч

	<ul style="list-style-type: none"> -состояние экономики; -сезонности, климатических и других факторов. 	
Выбор бизнес-модели в туризме и сфере гостеприимства	<ul style="list-style-type: none"> -Европейская модель: (сокращение вместимости номерного фонда, изысканные и стильные интерьеры, расположение в уникальных местах и зданиях и ...) -Азиатская модель: (роскошь, показное богатство, гигантизм) -Американская модель: (стиль, небольшие размеры, индивидуальное обслуживание, большая вместимость, роскошь, огромная развитая инфраструктура); -Восточно европейская модель: (строительством новых средств размещения) 	Л-2ч, ПЗ-4ч
Разработка бизнес-модели и финансовое планирование.	<ul style="list-style-type: none"> -что такое бизнес-модель (экспресс-анализ); -структура бизнес-модели; (сегменты целевой аудитории, достоинства предложения, каналы взаимодействия (сбыта), отношения с клиентами, источники доходов); -что такое финансовое планирование; -для чего оно нужно бизнесу. 	Л-2ч, ПЗ-4ч
Маркетинг в туризме.	<ul style="list-style-type: none"> -суть маркетинга в туризме; -отличительные черты туристических услуг; -принципы маркетинга в туризме; -маркетинговые коммуникации в туризме. 	Л-2ч, ПЗ-4ч
Работа с клиентами, выстраивание сервиса;	<ul style="list-style-type: none"> -что такое клиентский сервис; -для чего нужен клиентский сервис; -проверка качества клиентского сервиса в компании; -7 правил клиентского сервиса (клиент всегда прав, важность обратной связи, быстрая реакция на обращения, удобный сайт, реагирование на негатив, быстрая доставка, оформление возврата, программа лояльности) 	Л-2ч, ПЗ-4ч
Управление командой.	<ul style="list-style-type: none"> -что это такое и для чего оно необходимо; -способность координировать работу (правильно ставить задачи, грамотно распределять роли, планирование процесса, контакт между участниками команды). 	Л-2ч, ПЗ-4ч
Итоговая аттестация	Тестирование	2
Всего часов:		36

6. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

6.1. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Формой итоговой аттестации по итогам освоения программы является тестирование.

6.2 ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

6.2.1 Итоговая аттестация осуществляется в форме тестирования после освоения всех тем программы и подтверждается оценкой «зачет» или «незачет».

6.2.2 Итоговая аттестация оформляется зачетными ведомостями, в которых отражают результат эффективности обучения слушателей и принимают решение о выдаче слушателям, успешно освоившим программу и прошедшим итоговую аттестацию, удостоверения о повышении квалификации.

6.2.3 Лицам, не прошедшим итоговой аттестации или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также лицам, освоившим часть программы и (или) отчисленным из ФГБОУ ВО Белгородский ГАУ выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно устанавливаемому ИПКА

6.2.3 Критерии оценки знаний:

Оценка «зачтено» выставляется при условии правильного ответа слушателя на 51% и более тестовых заданий. Оценка «не зачтено» выставляется при условии правильного ответа слушателя на 50% и менее тестовых заданий

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Нормативная литература:

- 1.Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 27.12.2009) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (принят ГД ФС РФ 06.07.2007) / Статья 4. Категории субъектов малого и среднего предпринимательства.
- 2.Федеральный закон от 21.07.2005 N 94-ФЗ (ред. от 05.05.2010) "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд" (принят ГД ФС РФ 08.07.2005)/ Статья 15. Особенности участия субъектов малого предпринимательства в размещении заказа.
- 3.Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ (ред. от 26.04.2010) "О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля" (принят ГД ФС РФ 19.12.2008).
- 4.Указ Президента РФ от 15.05.2008 № 797 "О неотложных мерах по ликвидации административных ограничений при осуществлении предпринимательской деятельности".
- 5.Указ Президента РФ от 29.06.1998 № 730 "О мерах по устранению административных барьеров при развитии предпринимательства".

Основная литература:

1. Абчук В.А. Курс предпринимательства: учеб./ под ред. - СПб.: Издательство "Альфа", 2007. - 544с., ил
2. Блинов А.О. Малое предпринимательство. Теория и практика. - М.: Эксмо, 2008. - 149 с.
3. Блинов А. Условия регулирования малого бизнеса // Экономист. 2007. №2. - С. 41-47.
4. Булакова И.В. Формы и способы налоговой поддержки малого предпринимательства // Законодательство и экономика. - 2006. - № 7. - С. 66-69.

Дополнительная литература:

1. Основы бизнеса. / Отв. ред. Рубин Ю.Б. - М.: Экономика, 2007. - 354 с.
2. Омельченко Е.В. Предприятие и предпринимательство. Проблемы роста. - М.: Проспект, 2009. - 269 с.
3. Омельченко Е.В. Российское предпринимательство. Проблемы роста. - М.: Проспект, 2008. - 328 с.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

8.1. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

1. В начале 90-х годов туризм занимал это место в мировой торговле товарами и услугами:

- а) 3
- б) 4
- в) 2

2. Совокупность настоящих и потенциальных потребителей индустрии гостеприимства – это:

- а) структура туристского рынка
- б) рынок гостиничных услуг
- в) ассоциация потребителей индустрии гостеприимства

3. Из перечисленных разрядов, турбазы, кемпинги и туристские приюты имеют разряды:

- а) 2
- б) 4
- в) В

4. Возглавляет работу гостиничного комплекса:

- а) исполнительный директор
- б) коммерческая служба
- в) генеральный директор (генеральный менеджер)

5. “Звездная” система классификации гостиниц, распространенная в большинстве стран, основана на национальной классификации:

- а) Англии
- б) Германии
- в) Франции

6. ГОСТ Р50762-95 “Общественное питание. Классификация предприятий” установил столько категорий (-и) для ресторанов и баров:

- а) 5
- б) 3
- в) 6

7. Из перечисленных категорий, для гостиничных номеров установлены следующие категории:

- а) “люкс-апартамент”
- б) “высшая”, “первая”
- в) “люкс”

8. За единицу времени пользования услугами в тайм-шер индустрии принимается:

- а) одна неделя
- б) один месяц
- в) 10 дней

9. Согласно ГОСТу, мотели имеют такие категории:

- а) 4
- б) 5
- в) 3

10. Какой целевой законодательный акт регулирует деятельность туристской индустрии в Российской Федерации на сегодняшний день:

- а) Целевая федеральная «Программа развития туризма в РФ»;
- б) Указ Президента РФ «О реорганизации и развитии туризма в РФ»;
- в) Туристский Кодекс Российской Федерации;
- г) Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ»

11. В соответствии с рекомендациями ЮНВТО к основным типам туризма НЕ относится:

- а) национальный;
- б) внутренний;
- в) въездной;
- г) выездной

12. К какому виду туризма относятся поездки с целью ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями:

- а) к деловому туризму;
- б) к познавательному туризму;
- в) к рекреационному туризму;
- г) к сельскому туризму

13. Какая из нижеперечисленных функций относится к основным обязанностям турагента?

- а) договорная (заключение договоров с поставщиками туристских услуг);
- б) калькулятивная (расчет стоимости тура);
- в) реализационная (реализация туристского продукта на рынке);
- г) маркетинговая

14. Что из нижеперечисленного относится к одной из основных обязанностей туроператора:

- а) информация и консультация клиентов;
- б) формирование туристского продукта;
- в) реализация туристского продукта на рынке;
- г) оформление договорной документации с клиентом

15. Назовите сокращенное наименование международной межправительственной организации в сфере туризма, действующей под патронажем ООН:

- а) ВТО;
- б) РОТ;
- в) ЮНВТО;
- г) РСТ

16. Что из нижеперечисленного НЕ входит в понятие туристские ресурсы страны:

- а) природные и климатические условия;
- б) недра и полезные ископаемые;
- в) достопримечательности и памятники культуры;
- г) удачное экономико-географическое положение

17. По своему положению турагентства делятся:

- а) на инициативные и рецептивные;
- б) на внешние и внутренние;
- в) на крупные и мелкие;
- г) на независимые (самостоятельные) и дочерние

18. Какие две основные характеристики определяют качество туристских ресурсов:

- а) известность и доступность;
- б) запоминаемость и неповторимость;
- в) узнаваемость и распространенность;
- г) заброшенность и обветшалость

19. К какому виду туристских ресурсов относится знаменитый смог (от англ. smoke — дым и fog — туман) - смесь из промышленных отходов и природного тумана - в таком крупном промышленном центре как Лондон:

- а) к природным;
- б) к антропогенным;
- в) к климатическим;
- г) к смешанным

20. Какой статус имеет посетитель, осуществивший, по меньшей мере, одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения вне места постоянного проживания:

- а) аппликант;
- б) экскурсант;
- в) турист;
- г) мигрант

21. Какие предпочтения объединяют туристов W1-тип и W2-типа по классификации Г.Гана?

- а) оба ценят поездки на дальние расстояния и флирт на отдыхе;
- б) являются любителями лесных походов;
- в) увлекаются осмотром достопримечательностей и познавательными экскурсиями;
- г) предпочитают пассивный пляжный отдых на морском курорте

22. В каком году были внесены такие поправки в Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ», что он получил название «законом о фингарантиях»?

- а) в 1996 г.
- б) в 2002 г.
- в) в 2003 г.
- г) в 2007 г

23. Какое название имеет на сегодняшний день крупнейшее предпринимательское объединение отрасли туризма в Российской Федерации?

- а) Российский Союз Туриндустрии (РСТ);
- б) Российское общество туристов (РОТ);
- в) Российская Ассоциация Туристических Агентств (РАТА);
- г) Всесоюзное Общество Предприятий Туризма (ВОПТ);

24. По месту деятельности туроператоры делятся на операторов:

- а) массового рынка и специализированных
- б) инициативных и рецептивных
- в) внешних и внутренних
- г) независимых и дочерних

Составитель программы:

Начальник центра образовательных программ зооветеринарного направления

/  /

Хохлова Т.А.