

Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор
Паршина А.А.

**Предпринимательская деятельность в сфере туризма и
гостиничного бизнеса**
рабочая программа дисциплины (модуля)

Учебный план	43.02.16 ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО	
Квалификация	Специалист по туризму и гостеприимству	
Форма обучения	очная	
Общая трудоемкость	0 ЗЕТ	
Часов по учебному плану	64	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		экзамены 3
аудиторные занятия	48	
самостоятельная работа	6	
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0	
часов на контроль	8	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3 (2.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	12			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	36	36	36	36
Практические	12	12	12	12
Консультации	2	2	2	2
В том числе в форме практ.подготовки	12	12	12	12
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	50	50	50	50
Сам. работа	6	6	6	6
Часы на контроль	8	8	8	8
Итого	64	64	64	64

Программу составил(и):
Препод. Разномазова М.А.

Рецензент(ы):
ген. директор ООО «ГольфстримТур» Зябко О.А.

Рабочая программа дисциплины

Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса

разработана в соответствии с ФГОС СПО:

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО (приказ Минобрнауки России от 12.12.2022 г. № 1100)

составлена на основании учебного плана:

43.02.16 ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО

утвержденного учёным советом вуза от 02.03.2023 протокол № 23.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Маркетинг, реклама и туризм (СПО)

Протокол от 18.02.2023 г. № 7

Директор Грищенко М.А.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

1.1	Учебная дисциплина «Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство.
-----	---

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	ОПЦ
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
2.1.1	Безопасность жизнедеятельности
2.1.2	География туризма
2.1.3	Иностранный язык (второй)
2.1.4	Информационно-коммуникационные технологии в туризме и гостеприимстве
2.1.5	Квалификационный экзамен
2.1.6	Освоение профессии рабочего, должности служащего (одной или несколько) в соответствии с перечнем профессий рабочих, должностей служащих, соответствующих профессиональной деятельности выпускников
2.1.7	Основы финансовой грамотности
2.1.8	Правовое и документационное обеспечение в туризме и гостеприимстве
2.1.9	Производственная практика
2.1.10	Рекреационное ресурсоведение
2.1.11	Учебная практика
2.1.12	Изучение основ делопроизводства
2.1.13	История России
2.1.14	Координация работы служб предприятий туризма и гостеприимства
2.1.15	Основы туризма и гостеприимства
2.1.16	Осуществление расчетов с клиентом за предоставленные услуги туризма и гостеприимства
2.1.17	Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве
2.1.18	Соблюдение норм этики делового общения
2.1.19	Учебная практика
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
2.2.1	Защита дипломного проекта (работы)
2.2.2	Координация работы по реализации заказа экскурсионных услуг
2.2.3	Оформление и обработка заказов клиентов экскурсионных услуг
2.2.4	Проведение демонстрационного экзамена
2.2.5	Производственная практика
2.2.6	ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)
2.2.7	Сопровождение туристов при прохождении маршрута (по видам туризма)
2.2.8	Учебная практика
2.2.9	Экономика и бухгалтерский учет предприятий туризма и гостиничного дела

3. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) – ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТУ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

3.1 Знать

актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить;
 основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте;
 алгоритмы разработки бизнес-идей и бизнес-плана;
 структура плана для решения задач;
 порядок оценки инвестиционной привлекательности разработанных бизнес-идей;

содержание актуальной нормативно-правовой документации;
 современная научная и профессиональная терминология;
 возможные траектории профессионального развития и самообразования;
 психология коллектива психология личности;
 основы проектной деятельности;
 особенности социального и культурного контекста;
 правила оформления документов;
 хозяйственно-экономические основы нормативного регулирования гостиничного дела;
 содержание профессиональной документации, определяющее экономику и бухгалтерский учет гостиничного предприятия;
 характеристику документального оформления договорных отношений в гостинице, место и роль в этих отношениях технических работников и специалистов;
 основы предпринимательской деятельности;
 основы финансовой грамотности;
 правила разработки бизнес-планов;
 порядок выстраивания презентации;
 кредитные банковские продукты;
 методы планирования труда работников службы приема и размещения; структуру и место службы приема и размещения в системе управления гостиничным предприятием;
 принципы взаимодействия службы приема и размещения с другими отделами гостиницы;
 методика определения потребностей службы приема и размещения в материальных ресурсах и персонале;
 методы планирования труда работников службы питания;
 структуру и место службы питания в системе управления гостиничным предприятием;
 принципы взаимодействия службы питания с другими отделами гостиницы;
 методика определения потребностей службы питания в материальных ресурсах и персонале;
 методы планирования труда работников службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда;
 структуру и место службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда в системе управления гостиничным предприятием;
 принципы взаимодействия службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда с другими отделами гостиницы;
 методика определения потребностей службы обслуживания и эксплуатации номерного фонда в материальных ресурсах и персонале;
 структура и место службы бронирования и продаж в системе управления гостиничным предприятием, взаимосвязь с другими подразделениями гостиницы;
 рынок гостиничных услуг и современные тенденции развития гостиничного рынка;
 виды каналов сбыта гостиничного продукта.

3.2 Уметь

распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;
 анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части;
 правильно выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы;
 составлять план действия;
 определять необходимые ресурсы;
 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;
 реализовать составленный план;
 оценивать результат и последствия своих действий;
 определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;
 выстраивать траектории профессионального и личностного развития;
 организовывать работу коллектива и команды;
 взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами;
 излагать свои мысли на государственном языке;
 оформлять документы применять на практике правовые

ОК 01.: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;

ОК 03.: Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04.: Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

ОК 05.: Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 09.: Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1. Содержание предпринимательской деятельности						
1.1	Содержание предпринимательской деятельности /Тема/	3					
1.2	Понятия и сущность предпринимательства. Условия для развития предпринимательской деятельности: экономические, социальные и правовые. Цели и задачи предпринимательства. Принципы, признаки, функции предпринимательства. Предпринимательская деятельность и предпринимательские отношения. Типы и виды предпринимательства. Производственное, коммерческое предпринимательство. Финансовое предпринимательство. Консультационное предпринимательство. Предпринимательская деятельность малых предприятий Юридические основания для открытия предпринимательской деятельности. Сущность предпринимательской среды. Внешняя и внутренняя предпринимательская среда. Объекты и субъекты предпринимательской деятельности. Предприниматель, потребитель, наемный работник, государство как субъекты предпринимательской деятельности. Портрет современного предпринимателя. Основные составляющие современной концепции деловых качеств предпринимателя. Товар как объект предпринимательской деятельности. Свойства товара. Потребительская ценность товара. Понятие уникального торгового предложения уникального торгового предложения. Закономерности создания новых товаров /Лек/	3	8	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
1.3	Выполнение работы «100 идей, которые потрясли мир. Товары с коротким жизненным циклом. Товары, которые никогда не уйдут с рынка. Товары, которые исчезнут из обращения в ближайшее будущее /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
	Раздел 2. Предпринимательская идея и ее выбор						
2.1	Предпринимательская идея и ее выбор /Тема/	3					

2.2	Предпринимательская идея и её выбор. Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей. Процесс генерации предпринимательской идеи. Общая схема предпринимательских действий. Основные типы ключевых факторов успеха. Основные стадии жизненного цикла товара: генерирование деловой идеи, экспертная оценка идей, сбор и анализ рыночной информации, экспертная оценка информации, полученной в процессе осмысления идеи, принятие предпринимательского решения. разработка товарной модификации, ввод товара. /Лек/	3	6	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
2.3	Моделирование отличий товара (услуги), лежащего в основе деловой идеи. Конкурентный лист. Товарные характеристики. Позиционирование товара. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
Раздел 3. Создание собственного дела							
3.1	Создание собственного дела /Тема/	3					
3.2	Новые бизнес-модели. Стратегия достижения успеха. Создание собственного дела. Общие условия и принципы. Правила start-up. Основные этапы создания предпринимательской единицы. Порядок создания нового предприятия и его государственной регистрации. Финансовое обеспечение деятельности предпринимательской единицы. Основные источники финансирования предпринимательской единицы: банковские и коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы. /Лек/	3	8	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
3.3	Деловая игра. Создание нового предприятия и подготовка пакета документов для государственной регистрации. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
Раздел 4. Технология бизнес-планирования							
4.1	Технология бизнес-планирования /Тема/	3					

4.2	Назначение, цели и задачи бизнес-планирования. Функции бизнес-планов. Внутренние и внешние адресаты бизнес-планов. Виды бизнес-планов. Структура бизнес-плана. Краткое содержание разделов бизнес-плана. Методики разработки бизнес-плана. Разработка концепции бизнес-плана. Основные направления и характеристики планируемой деятельности. Характеристика предприятия, планирующего производство (продажу) продукции (услуг). Определение миссии (философии) предприятия. Цели бизнеса. Функции целей бизнеса. Определение целей разработки бизнес-плана План маркетинга План производства (Эксплуатационная программа гостиничного предприятия). Потребность в материальных и трудовых ресурсах. структура (суть проекта; эффективность проекта, сведения о фирме; план действий; назначение, цели и задачи написания. Финансовый план. Потребность в капитале и источники финансирования; план возврата кредита). Резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение. /Лек/	3	14	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
4.3	Разработка концепции предприятия сферы туризма и гостеприимства. Презентация идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
4.4	Разработка маркетингового и финансового планов. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
4.5	Подготовка инвестиционного предложения. Расчёт потребности проектируемого предприятия в трудовых материальных ресурсах. /Пр/	3	2	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
4.6	Подготовка к экзамену /Конс/	3	2	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
4.7	Подготовка к экзамену /Ср/	3	6	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		
4.8	/Экзамен/	3	8	ОК 01. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 09.	Л1.1Л2.1		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Примеры тестовых заданий:

1. Маркетинговая среда — это:

- совокупность внутренних факторов среды турфирмы
- взаимодействие внешних и внутренних факторов деятельности турфирмы

- совокупность внешних сил, воздействующих на турфирму
 - набор влияющих на турфирму факторов, действующих извне
- 2 К каким видам относятся потребности в туристических продуктах:
- Личным
 - Физиологическим
 - Социальным
 - Всем вышеперечисленным
3. По мере развития общества потребности его членов
- Уменьшаются
 - Не изменяются
 - Увеличиваются
4. Дайте определение. Технология продаж - это:
- Это методы для достижения поставленной цели любыми способами
 - Это последовательность действий, с наибольшей вероятностью приводящих к достижению целей в области продаж
 - Умения продавать товар, не имея на то опыта и образования
 - Умения продавать товар клиенту, не подходящий ему

Вопросы к экзамену:

1. Туроперейтинговая деятельность: сущность, цели и задачи.
2. Функции рецептивного туроператора на рынке туристских услуг.
3. Функции инициативного туроператора на рынке туристских услуг.
4. Каковы технологические особенности разработки групповых и индивидуальных туров?
5. Классы обслуживания в туризме.
6. Туристский продукт: понятие, технологические особенности проектирования инклюзивтура (ИТ) и индивидуального тура.
7. Программа обслуживания в туризме: сущность и технология проектирования.
8. Рекреационно-туристские районы – основные объекты планирования.
9. Каковы основные требования к рекреационным условиям и уровню услуг при проектировании туров различного класса обслуживания?
10. Этапы планирования туроперейтинговой программы рецептивного туроператора.
11. Этапы планирования туроперейтинговой программы инициативного туроператора.
12. Технология подготовки туристской фирмы к переговорам с поставщиками услуг.
13. Технология подготовки к переговорам между инициативным и рецептивным туроператорами.
14. Правовая основа договорной деятельности в туризме. Структура типового договора.
15. Сделка, виды сделок в туризме.
16. Сделка на условиях «Договора агентского соглашения» (существенные условия).
17. Сделка на условиях «Купли-продажи» (существенные условия).
18. Сделка на условиях «Договора обмена» (существенные условия).
19. Принципиальные условия договора туристской фирмы с гостиничным предприятием.
20. Принципиальные условия договора туристской фирмы с предприятием питания.
21. Принципиальные условия договора туристской фирмы с авиакомпанией.
22. Принципиальные условия договора туристской фирмы с железной дорогой.
23. Принципиальные условия договора между туристской фирмой и туристом.
24. Принципиальные условия договора между рецептивным и инициативным туроператорами.
25. Туристские формальности и технологические особенности их оформления.
26. Технологические этапы разработки тура.
27. Документальное оформление тура.

5.2. Темы письменных работ

1. Понятие и сущность технологии продаж
2. Личные продажи: понятие и особенности
3. Классификация продаж
4. Система управления продажами
5. Типология покупателей
6. Этапы процесса личной продажи.
7. Подготовка к продаже.
8. Презентация продукта.
9. Основные принципы проведения презентации
10. Работа с возражениями клиентов.
11. Общий алгоритм обработки возражений
12. Методы продажи.
13. Способы урегулирования конфликтных ситуаций в сфере торговли
14. Мерчандайзинг как технология продаж
15. Концепция мерчандайзинга магазина.
16. Телефонные коммуникации в сервисе.
17. Информационные технологии в розничных продажах
18. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителей.

19. Этапы совершения покупки
20. Понятие и сущность технологии продаж
21. Личные продажи: понятие и особенности
22. Классификация продаж
23. Система управления продажами
24. Типология покупателей
25. Этапы процесса личной продажи.
26. Подготовка к продаже.
27. Презентация продукта.
28. Основные принципы проведения презентации
29. Работа с возражениями клиентов.
30. Общий алгоритм обработки возражений
31. Методы продажи.
32. Способы урегулирования конфликтных ситуаций в сфере торговли
33. Мерчандайзинг как технология продаж
34. Концепция мерчандайзинга магазина.
35. Телефонные коммуникации в сервисе.
36. Информационные технологии в розничных продажах
37. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителей.
38. Этапы совершения покупки

5.3. Фонд оценочных средств

Примерные вопросы для самоконтроля 1:

- 1) Роль продаж в маркетинговом процессе
- 2) Цели и задачи освоения междисциплинарного курса.
- 3) Значимость персональной торговли.
- 4) Элементы и стратегии продвижения товара.
- 5) Особенности продажи услуг.
- 6) Отличие технологии продажи услуг от технологии продажи материальных предметов.
- 7) Типы продаж
- 8) Продажа как процесс удовлетворения потребностей клиентов.
- 9) Этапы: установление контакта, уточнение ситуации и потребности, презентация товара, работа с возражениями, предложение, от которого клиент не может отказаться.
- 10) Мерчандайзинг.
- 11) Туристский рынок. Туристские услуги.
- 12) Формирование сбытовой сети.
- 13) Подбор партнеров по сбыту.
- 14) Стимулирование продажи и пропаганда туристского продукта.
- 15) Клиенты турфирмы и их обслуживание.
- 16) Содержание процесса обслуживания клиентов фирмы и продажи турпродукта.
- 17) Права и обязанности турфирм и туристов.
- 18) Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта.
- 19) Базовые шаги по увеличению продаж в турфирме.

Примерные вопросы для самоконтроля 2:

- 1) Роль продаж в маркетинговом процессе
- 2) Цели и задачи освоения междисциплинарного курса.
- 3) Значимость персональной торговли.
- 4) Элементы и стратегии продвижения товара.
- 5) Особенности продажи услуг.
- 6) Отличие технологии продажи услуг от технологии продажи материальных предметов.
- 7) Типы продаж
- 8) Продажа как процесс удовлетворения потребностей клиентов.
- 9) Этапы: установление контакта, уточнение ситуации и потребности, презентация товара, работа с возражениями, предложение, от которого клиент не может отказаться.
- 10) Мерчандайзинг.
- 11) Туристский рынок. Туристские услуги.
- 12) Формирование сбытовой сети.
- 13) Подбор партнеров по сбыту.
- 14) Стимулирование продажи и пропаганда туристского продукта.
- 15) Клиенты турфирмы и их обслуживание.
- 16) Содержание процесса обслуживания клиентов фирмы и продажи турпродукта.
- 17) Права и обязанности турфирм и туристов.
- 18) Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта.
- 19) Базовые шаги по увеличению продаж в турфирме.
- 20) Воронка продаж.

Вопросы для собеседования

- 1) Правила оформления отчетной документации
- 2) Турагентская деятельность. Основные понятия. Функции турагента.
- 3) Виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках о деятельности туроператоров.
- 4) Туристский ваучер, транспортные документы, медицинская страховка. Права турфирм и туристов. Договор о реализации турпродукта.
- 5) Требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта.
- 6) Сайт туристического агентства. Поисковые агрегаты.
- 7) Ведение туристской отчетности. Современное платежные средства в сфере туризма.
- 8) Документация туристской фирмы. Законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора.
- 9) Перечислить основные коды, используемые туроператорами в прайс-листах.
- 10) Алгоритм расчета стоимости туристских продуктов по прайс-листам туроператоров, выложенных в сети интернет.
- 11) Факторы, влияющие на цену турпродукта.
- 12) Перечень документов, используемых при реализации турпродукта.
- 13) Алгоритм разработки программы тура. Правила составления памятки туристу (информационного листка).
- 14) Паспортные и визовые формальности. Страхование и медицинское обеспечение путешествий.
- 15) Особенности оформления виз.
- 16) Перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации.
- 17) Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации.
- 18) Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.
- 19) Перечень документов, которые должен предоставить турист для получения Шенгенской визы.
- 20) Роль продаж в маркетинговом процессе
- 21) Цели и задачи освоения междисциплинарного курса.
- 22) Значимость персональной торговли.
- 23) Элементы и стратегии продвижения товара.
- 24) Особенности продажи услуг.
- 25) Отличие технология продажи услуг от технологии продажи материальных предметов.
- 26) Типы продаж
- 27) Продажа как процесс удовлетворения потребностей клиентов.
- 28) Этапы работы с клиентами.
- 29) Содержание процесса обслуживания клиентов фирмы и продажи турпродукта.

Практические задания:

Задание 1. Выбрать и обосновать туры для трех целевых групп:

а) семья из 4-х чел.: родители и дети в возрасте 3 и 6 лет.

Цель – отдых в зимнее время;

б) пожилая пара в возрасте 65 лет.

Цель – лечебно-оздоровительный отдых;

в) группа студентов с целью активного отдыха.

Задание 2. Определите виды информации о туристском продукте, которые обязан предоставить продавец туристу.

Задание 3. Проанализировать информационные документы, выдаваемые агентским предприятием туристу. Какие, по вашему мнению, виды информации отсутствуют и/или требуют уточнения?

Приложить: памятку туристу и другие информационные документы, выдаваемые агентским предприятием туристу

Задание 4. Проанализировать информацию на сайтах 4-5 туристских предприятий. Выбрать лучший и худший сайт с точки зрения информационного наполнения. Ответ обосновать.

Приложить: требования к сайтам и скриншоты сайтов.

Задание 5. В виде рисунка представить процесс взаимодействия турагента и туроператора при реализации туристского продукта.

Задание 6. В сети ИНТЕРНЕТ найти официальные сайты посольств, и консульских служб, содержащих сведения об условиях получения виз российскими туристами.

5.4. Перечень видов оценочных средств

тестирование

устный опрос

письменный опрос

экзамен

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**6.1. Рекомендуемая литература****6.1.1. Основная литература**

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛП.1	Макринова Е. И., Матузенко Е. В., Лысенко В. В.	Предпринимательская деятельность в туризме: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021

6.1.2. Дополнительная литература					
	Авторы,	Заглавие	Издательство, год		
Л2.1	Зубко Н. М., Карлюк П. Д., Каллаур А. Н., Зубко А. Н.	Предпринимательская деятельность: курс лекций: курс лекций	Минск: Тетралит, 2014		
6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства					
6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем					
6.3.2.1	Информационная справочная система «Гарант»				
6.3.2.2	Справочная Правовая Система КонсультантПлюс				
7. МТО (оборудование и технические средства обучения)					
№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
43	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, Лаборатория по бухгалтерскому учету и аудиту Кабинет экономической теории, Кабинет статистики, Кабинет менеджмента, Кабинет менеджмента и экономики организации	Специализированная мебель: стол – 18 шт.; стул – 36 шт.; доска – 1 шт. Технические средства обучения: ПК – 1 шт.; проектор – 1 шт.; возможность подключения к сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде РИЗП – нет; Оборудование: демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	