

**Министерство науки и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО Уральский государственный лесотехнический университет**

Институт леса и природопользования

Кафедра землеустройства и кадастров

**Рабочая программа дисциплины
включая фонд оценочных средств и методические указания
для самостоятельной работы обучающихся**

Б1.О.31 Организация бизнеса в сфере туризма

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) – «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

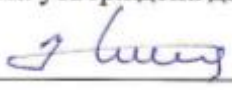
Квалификация – бакалавр

Количество зачётных единиц (часов) – 3 (108)

г. Екатеринбург, 2025

Разработчик  доцент, к.э.н. Кузьмина М.В.
Рабочая программа утверждена на заседании кафедры землеустройства и кадастров
(протокол №3 от 10 марта 2025 г.)
И.о. зав.кафедрой  Михайлова А.Д.

Рабочая программа рекомендована к использованию в учебном процессе методической
комиссией Института леса и природопользования
(протокол №7 от 14 марта 2025 г.)
Председатель методической комиссии ИЛП  Сычугова О.В.

Рабочая программа утверждена директором Института леса и природопользования
17 марта 2025 г.
Директор ИЛП  Нагимов З.Я.

Оглавление

1. Общие положения.....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	6
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	8
5.1. <i>Трудоемкость разделов дисциплины.....</i>	<i>8</i>
5.2. <i>Содержание занятий лекционного типа</i>	<i>11</i>
5.3. <i>Темы и формы занятий семинарского типа.....</i>	<i>13</i>
6. Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине	15
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	18
7.1. <i>Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....</i>	<i>18</i>
7.2. <i>Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания</i>	<i>18</i>
7.3. <i>Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....</i>	<i>19</i>
7.4. <i>Соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированных компетенций.....</i>	<i>22</i>
8. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся.....	24
9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.....	25
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	28

1. Общие положения

Наименование дисциплины – Организация бизнеса в сфере туризма, относится к блоку Б1 - учебного плана, входящего в состав образовательной программы высшего образования 43.03.02 – Туризм, направленность – технология и организация туроператорских и турагентских услуг. Дисциплина Организация бизнеса в сфере туризма, относящейся к обязательной части блока Б1.

Нормативно-методической базой для разработки рабочей программы учебной дисциплины «Организация бизнеса в сфере туризма» являются:

- Федеральный закон "Об образовании в Российской Федерации", утвержденный приказом Минобрнауки РФ № 273-ФЗ от 29.12.2012;

- Приказ Минобрнауки России № 245 от 06.04.2021 г. Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры;

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (уровень бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ № 516 от 08.06.2017 г.;

- Профессиональный стандарт «Экскурсовод (гид)» (утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 24 декабря 2021 г. N 913н).

- Профессиональный стандарт «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц» (утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. N 282н).

- Учебные планы образовательной программы высшего образования направления 43.03.02 – Туризм (направленность (профиль) – Технология и организация туроператорских и турагентских услуг), подготовки бакалавров по очной, очно-заочной и заочной формам обучения, одобренные Ученым советом УГЛТУ (протокол № 3 от 20.03.2025).

Обучение по образовательной программе 43.03.02 – Туризм (профиль - Технология и организация туроператорских и турагентских услуг) осуществляется на русском языке.

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

Планируемыми результатами обучения по дисциплине, являются знания, умения, владения и/или опыт деятельности, характеризующие этапы/уровни

формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы в целом.

Цель дисциплины Организация бизнеса в сфере туризма – формирование основ экономических и юридических знаний, принципов и законов, по которым развивается частный туристский сектор экономики, привитие навыков использования методов решения предпринимательских проблем.

Задачи изучения дисциплины:

- научиться правильно анализировать цели, задачи и практику организации туристического бизнеса, исследуя социально-экономические аспекты бизнеса, воздействие внешней среды на него;
- ознакомиться с содержанием туристского предпринимательства посредством комплексного подхода к организации туроператорского и турагентского предприятия.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ПК-2 - Способен осуществлять взаимодействие с потребителями туроператорских и турагентских услуг и заинтересованными лицами

В результате изучения дисциплины студент должен:

- знать:

теоретические основы организации и управления бизнес-процессами на предприятиях индустрии туризма; законодательство РФ в сфере предпринимательства;

- уметь:

анализировать бизнес-ситуацию, ставить цели и разрабатывать программу их достижения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничения

-иметь навыки

организации и управления бизнес-процессов на предприятиях индустрии туризма

взаимодействия с потребителями туроператорских и турагентских услуг и заинтересованными лицами

Должен демонстрировать способность и готовность:

- анализировать внешнюю и внутреннюю среду туристского предприятия;
- осуществлять контроль за работой кадров;
- решать организационные задачи, стоящие перед коллективом;
- принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Освоение дисциплины опирается на знания, умения и компетенции, приобретенные в процессе изучения обеспечивающих дисциплин. В свою очередь изучение дисциплины «Организация бизнеса в сфере туризма» позволяет обучающимся быть подготовленными к изучению обеспечиваемых дисциплин (см. табл.).

Освоение дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин ООП и написания выпускной квалификационной работы.

Перечень обеспечивающих, сопутствующих и обеспечиваемых дисциплин

Обеспечивающие дисциплины	Сопутствующие дисциплины	Обеспечиваемые дисциплины
Основы проектной деятельности Инновации в туризме Корпоративная культура	Маркетинг в туристской индустрии Риски и страхование в туризме	Производственная практика (сервисная) Производственная практика (преддипломная) Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Указанные связи дисциплины «Организация бизнеса в сфере туризма» дают обучающемуся системное представление о комплексе изучаемых дисциплин в соответствии с ФГОС, что обеспечивает требуемый теоретический уровень и практическую направленность в системе обучения и будущей деятельности выпускника.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 час.

Вид учебной работы	Всего академических часов		
	очная форма обучения	заочная форма обучения	очно-заочная форма
Контактная работа с преподавателем*:	38,25	10,25	10,25
лекции (Л)	12	4	4
практические занятия (ПЗ)	26	6	6
лабораторные работы (ЛР)			

Вид учебной работы	Всего академических часов		
	очная форма обучения	заочная форма обучения	очно-заочная форма
промежуточная аттестация (ПА)	0,25	0,25	0,25
рецензирование контрольных работ (РКР)			
Самостоятельная работа обучающихся:	69,75	97,75	97,75
изучение теоретического курса			
Подготовка презентации, доклада, контрольной работы	58	92	92
подготовка к промежуточной аттестации	11,75	5,75	5,75
Вид промежуточной аттестации:	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость	3/108	3/108	3/108

* Контактная работа по дисциплине может включать в себя занятия лекционного типа, практические и (или) лабораторные занятия, групповые и индивидуальные консультации и самостоятельную работу обучающихся под руководством преподавателя, в том числе в электронной информационной образовательной среде, а также время, отведенное на промежуточную аттестацию. Часы контактной работы определяются «Положением об установлении минимального объема контактной работы обучающихся с преподавателем, а также максимального объема занятий лекционного и семинарского типов в ФГБОУ ВО УГЛТУ».

В учебном плане отражена контактная работа только занятий лекционного и практического типа. Иные виды контактной работы планируются в трудоемкость самостоятельной работы, включая контроль.

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Трудоемкость разделов дисциплины

Очная форма

№ п/п	Содержание разделов (модулей)	Лекции	Практические занятия	Лаборатор- ные работы	Всего контактной работы	Самостоя- тельная ра- бота
1	Вводная лекция. <i>Основные концепции функционирования бизнеса</i>	1	-		1	5
2	Тема 1. Сущность и содержание бизнес-планирования	1	2		3	5
3	Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия, структуры рынка и расчет емкости рынка	1	4		5	5
4	Тема 3. Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения.	1	2		3	5
5	Тема 4. Исследование конкурентной среды.	1	2		3	5
6	Тема 5. Маркетинговые исследования при организации бизнеса.	1	4		5	5
7	Тема 6. Разработка туристских товаров и услуг.	1	2		3	5
8	Тема 7. Ценовая политика на туристском предприятии.	2	4		6	5
9	Тема 8. Система распределения и сбыта	1	2		3	5
10	Тема 9. Производственный план туристского предприятия.	1	2		3	5
11	Тема 10. Финансовый план. План прибылей и убытков.	1	2		3	8
12	Итого по разделам:	12	26	-	38	58
13	Промежуточная аттестация				0,25	11,75
ВСЕГО		108				

Заочная форма

№ п/п	Содержание разделов (модулей)	Лекции	Практические занятия	Лаборатор- ные работы	Всего контактной работы	Самостоя- тельная ра- бота
1	Вводная лекция. <i>Основные концепции функционирования биз- неса</i>					8
2	Тема 1. Сущность и содержание бизнес-планирования		0,5		0,5	8
3	Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия, структуры рынка и расчет емкости рынка		0,5		0,5	8
4	Тема 3. Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения.	1			1	8
5	Тема 4. Исследование конкурентной среды.	1	0,5		1,5	8
6	Тема 5. Маркетинговые исследования при организации биз- неса.					8
7	Тема 6. Разработка туристских товаров и услуг.					8
8	Тема 7. Ценовая политика на туристском предприятии.	1	2		3	12
9	Тема 8. Система распределения и сбыта		0,5		0,5	8
10	Тема 9. Производственный план туристского предприятия.					8
11	Тема 10. Финансовый план. План прибылей и убытков.	1	2		3	8
12	Итого по разделам:	4	6	-	10,0	92
13	Промежуточная аттестация				0,25	5,75
ВСЕГО		108				

Очно-заочная форма

№ п/п	Содержание разделов (модулей)	Лекции	Практические занятия	Лаборатор- ные работы	Всего контактной работы	Самостоя- тельная ра- бота
1	Вводная лекция. <i>Основные концепции функционирования биз- неса</i>					8
2	Тема 1. Сущность и содержание бизнес-планирования		0,5		0,5	8
3	Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия, структуры рынка и расчет емкости рынка		0,5		0,5	8
4	Тема 3. Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения.	1			1	8
5	Тема 4. Исследование конкурентной среды.	1	0,5		1,5	8
6	Тема 5. Маркетинговые исследования при организации биз- неса.					8
7	Тема 6. Разработка туристских товаров и услуг.					8
8	Тема 7. Ценовая политика на туристском предприятии.	1	2		3	12
9	Тема 8. Система распределения и сбыта		0,5		0,5	8
10	Тема 9. Производственный план туристского предприятия.					8
11	Тема 10. Финансовый план. План прибылей и убытков.	1	2		3	8
12	Итого по разделам:	4	6	-	10,0	92
13	Промежуточная аттестация				0,25	5,75
ВСЕГО		108				

5.2. Содержание занятий лекционного типа

Вводная лекция. Основные концепции функционирования бизнеса

Назначение и движущие мотивы развития производств. Организационно-правовые формы предприятий, их основные отличительные особенности. Объединения предприятий - ассоциация, консорциумы, концерны, холдинги, финансовые и финансово-промышленные группы. Нормативные правовые акты, регламентирующие деятельность предприятия. Гражданский кодекс РФ о предприятии.

Рынок как среда деятельности предприятия. Рыночная система хозяйствования. Механизм функционирования рынка. Характерные черты рыночных отношений. Рынок и конкуренция. Спрос и предложение. Внешняя и внутренняя среда предприятия.

Виды предпринимательской деятельности и их особенности. Цели и принципы предпринимательской деятельности.

Способы и основные стадии создания предприятия. Цели функционирования предприятия.

Факторы выбора сферы деятельности предприятий. Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности.

Жизненный цикл предприятия. Факторы, влияющие на продолжительность цикла.

Тема 1. Сущность и содержание бизнес-планирования. Методика разработки бизнес-плана туристского предприятия. Предмет и содержание бизнес-планирования, его роль в рыночной экономике. Социально-экономическая сущность бизнес-плана. Основные принципы маркетинга. Цели и задачи бизнес-планирования. Особенности бизнес-плана в российской экономике. Основные функции бизнес-планирования: разработка общей концепции, генеральной стратегии развития предприятия; планирование, привлечение денежных средств и потенциальных партнеров. Общие требования, предъявляемые к бизнес-планам. Подготовка к разработке и составлению бизнес-плана. Структура проекта. Определение сути проекта (профиль компании, продукты и услуги). Бизнес-идея проекта. Порядок проведения предпроектных исследований. Анализ возможностей и препятствий (анализ отрасли, клиентов, рынка). Разработка стратегии (маркетинг, производственный план, финансовый план). Основные разделы бизнес-плана, инвестиционного проекта туристского предприятия.

Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия, структуры рынка и расчет емкости рынка История развития предприятия. Организационно-правовая форма. Организационная структура. Сфера деятельности, основные продукты и услуги. Кредитная история. Техничко-экономические показатели, анализ финансовой деятельности. Анализ внутренних возможностей предприятия: производство, распределение и сбыт, организационная структура и менеджмент,

маркетинг, финансы. Изучение товарной структуры рынка. Оценка конъюнктуры рынка. Общая структура спроса. Прогноз основных показателей рынка. Факторы, влияющие на величину, структуру и динамику спроса. Определение емкости рынка. Общие и специфические факторы рынка. Сегментирование рынка. Основные критерии сегментирования: географический, демографический, социально-экономический, психографический. Выбор методов рыночной сегментации рынка. Целевой сегмент рынка и позиционирование туристских товаров и услуг.

Тема 3. Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения. Процесс принятия решения о покупке. Факторы, влияющие на поведение конечного потребителя. Оценка потребностей с позиции мотивации, потребительского поведения и рационального потребления. Классификация потребителей в туризме. Выбор типа потребителей с учетом сегментирования рынка.

Тема 4. Исследование конкурентной среды. Конкурентная среда туристского предприятия. Виды конкуренции и характеристика типов туристских рынков. Виды предпринимательского поведения в туризме. Реакция конкурентов на изменение рыночного поведения компании. Анализ факторов конкурентной среды туристского предприятия. Определение доли рынка предприятия.

Тема 5. Маркетинговые исследования при организации бизнеса. Процесс маркетинговых исследований. Постановка целей. Виды целей: поисковые, описательные, экспериментальные. Выбор источников информации. Сущность первичной информации, проблематика сбора. План формирования первичной информации. Сбор данных по проблеме. Анализ и представление данных.

Тема 6. Разработка туристских товаров и услуг. Классификация туристских товаров и услуг. Общая характеристика турпродукта. Жизненный цикл туристского товара, услуги, основные этапы. Формирование товарной политики на туристском предприятии. Сервис в системе товарной политики туристского предприятия. Порядок разработки и выбора турпродукта. Инновационная деятельность.

Тема 7. Ценовая политика на туристском предприятии. Этапы формирования ценовой политики. Определение цели ценообразования. Выбор ценовой политики. Разработка стратегии ценообразования. Методы установления цен на туристские товары и услуги. Рыночная корректировка: дифференцирование цен, использование различных видов цен в туризме. Калькулирование себестоимости турпродукта с позиции туроператора и турагента.

Тема 8. Система распределения и сбыта. Маркетинговые коммуникации, продвижение и реклама. Каналы распространения туристских товаров и услуг, уровни каналов. Формы и методы реализации турпродукта. Способы и методы реализации (сбыта) турпродукта: директ-маркетинг, теле-маркетинг, косвенный сбыт, селективный сбыт, исключительный сбыт. Виды продвижения в туризме: реклама, личная продажа, паблик-релейшнз, стимулирование сбыта. Особенности проведения рекламной кампании в туристской фирме. Выбор рекламной

темы, образа, девиза. Виды рекламы и способы распространения рекламы. Формирование бюджета рекламной кампании. Система, временных мероприятий, стимулирующих сбыт продукции и услуг. Схема формирования имиджа предприятия

Тема 9. Производственный план туристского предприятия. Организационный план. Оценка рисков. Формирование плана сбыта и плана производства. Объем реализации туристских услуг. План персонала: производственный и АУП (штатное расписание, условия оплаты, квалификационный уровень). Расчет основных фондов и амортизации оборудования. Необходимые сырье и материалы, МБП. Расчет постоянных и переменных издержек. Организационный план. Общие издержки, инвестиционные затраты. Источники финансирования. Этапы, сроки исполнения. Диаграмма GANT. Риски: финансовые, организационные, социальные, экологические. Возможности снижения рисков.

Тема 10. Финансовый план. План прибылей и убытков. Выручка от реализации туруслуг. Производственные затраты. Валовая маржа. Коммерческие издержки и постоянные затраты. Валовая прибыль. Налоговое окружение, налоговые платежи и платежи во внебюджетные фонды. Формирование чистой прибыли предприятия, денежных потоков, баланс. План движения денежных средств. Остаток средств на начало планового периода. Поступления от реализации, прочие поступления. Отчисления. Формирование остатка денежных средств на конец планового периода. Баланс. Критерии оценки инвестиционного проекта. Экономическая оценка (эффективность инвестиций): простые статистические методы, методы дисконтирования. Коэффициенты финансовой оценки: простая норма прибыли, 10 срок окупаемости, текущая стоимость проекта (NPV), внутренняя норма прибыли (IRR). Управление рисками: финансовыми, организационными, социальными, техногенными и т.д

5.3. Темы и формы занятий семинарского типа

Учебным планом дисциплины предусмотрены практические занятия

№	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Наименование работы	Трудоемкость, часы		
			Очная форма	Заочная форма	Очно-заочная форма
1	Вводная лекция. <i>Основные концепции функционирования бизнеса</i>	Семинар-дискуссия	-		
2	Тема 1. Сущность и содержание бизнес-планирования	Семинар-дискуссия	2	0,5	0,5
3	Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия, структуры рынка и расчет емкости рынка	Семинар-дискуссия	4	0,5	0,5
4	Тема 3. Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения.	Семинар-дискуссия	2		
5	Тема 4. Исследование конкурентной среды.	Решение кейсов	2	0,5	0,5

№	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Наименование работы	Трудоемкость, часы		
			Очная форма	Заочная форма	Очно-заочная форма
6	Тема 5. Маркетинговые исследования при организации бизнеса.	Решение кейсов	4		
7	Тема 6. Разработка туристских товаров и услуг.	Решение кейсов	2		
8	Тема 7. Ценовая политика на туристском предприятии.	Решение задач	4	2	2
9	Тема 8. Система распределения и сбыта	Решение задач	2	0,5	0,5
10	Тема 9. Производственный план туристского предприятия.	Решение кейсов	2		
11	Тема 10. Финансовый план. План прибылей и убытков.	Решение задач	2	2	2
	Итого		26	6	6

Во время проведения занятий используются активные и интерактивные формы.

5.4 Детализация самостоятельной работы

№	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Наименование работы	Трудоемкость, часы		
			очная форма	заочная форма	очно-заочная форма
1	Вводная лекция. <i>Основные концепции функционирования бизнеса</i>	Подготовка к занятию Проработка теоретического материала	5	8	8
2	Тема 1. Сущность и содержание бизнес-планирования	Подготовка к занятию Проработка теоретического материала	5	8	8
3	Тема 2. Анализ внутренней среды предприятия, структуры рынка и расчет емкости рынка	Подготовка к занятию Проработка теоретического материала	5	8	8
4	Тема 3. Выбор потребителей туристских услуг, принципы и методы изучения потребительского поведения.	Подготовка к занятию Проработка теоретического материала	5	8	8
5	Тема 4. Исследование конкурентной среды.	Подготовка к занятию Проработка теоретического материала	5	8	8
6	Тема 5. Маркетинговые исследования при организации бизнеса.	Подготовка к занятию Проработка теоретического материала	5	8	8
7	Тема 6. Разработка туристских товаров и услуг.	Подготовка к занятию Проработка теоретического материала	5	8	8

№	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Наименование работы	Трудоемкость, часы		
			очная форма	заочная форма	очно-заочная форма
8	Тема 7. Ценовая политика на туристском предприятии.	Подготовка к занятию Проработка теоретического материала	5	12	12
9	Тема 8. Система распределения и сбыта	Подготовка к занятию Проработка теоретического материала	5	8	8
10	Тема 9. Производственный план туристского предприятия.	Подготовка к занятию Проработка теоретического материала	5	8	8
11	Тема 10. Финансовый план. План прибылей и убытков.	Подготовка к занятию Проработка теоретического материала	8	8	8
12	итого		58	92	92
		Подготовка к промежуточной аттестации	11,75	5,75	5,75

6. Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине

Основная и дополнительная литература

№	Автор, наименование	Год издания	Кол-во экземпляров в библиотеке
	Основная литература		
1	Макринова, Е. И. Предпринимательская деятельность в туризме : учебное пособие : [16+] / Е. И. Макринова, Е. В. Матузенко, В. В. Лысенко. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 158 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614300 (дата обращения: 16.10.2025). – Библиогр.: с. 141-152. – ISBN 978-5-4499-2066-9. – DOI 10.23681/614300. – Текст : электронный.	2021	электронный ресурс ЭБС
2	Гущина, Л. А. Бизнес-планирование в туризме : учебно-методическое пособие / Л. А. Гущина, Е. Н. Летягина, К. Ю. Хаченкова. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2023. — 40 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/344720 (дата обращения: 16.10.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.	2023	
3	Организация гостиничного бизнеса : учебное пособие / В. С. Варивода, Ю. М. Елфимова, К. Ю. Михайлова, Я. А. Карнаухова. — Ставрополь : СтГАУ, 2015. — 167 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:	2015	

№	Автор, наименование	Год издания	Кол-во экземпляров в библиотеке
	https://e.lanbook.com/book/82251 (дата обращения: 16.10.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.		
	<i>Дополнительная литература</i>		
4	Бизнес-планирование в туризме : учебник / О. Н. Васильева, А. В. Казакова, И. А. Меркулина [и др.] ; под общ. ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – 6-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 308 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709784 (дата обращения: 16.10.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05641-3. – Текст : электронный.		электронный ресурс УГЛУТУ
5	Пироженов, Н. Т. Риск-менеджмент в туризме : учебное пособие : [16+] / Н. Т. Пироженов. – Москва : Креативная экономика, 2012. – 192 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137713 (дата обращения: 16.10.2025). – ISBN 978-5-91292-103-2. – Текст : электронный.		электронный ресурс ЭБС
6	Менеджмент в гостинично-туристическом бизнесе : учебное пособие : [16+] / И. В. Мишурова, Е. Н. Бандурина, О. В. Гудикова [и др.] ; под ред. И. В. Мишуровой ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. – 332 с. : табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567420 (дата обращения: 16.10.2025). – Библиогр.: с. 325-330. – ISBN 978-5-7972-2411-2. – Текст : электронный.		электронный ресурс ЭБС

* - прежде чем пройти по ссылке, необходимо войти в систему

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий.

Электронные библиотечные системы

– электронно-библиотечная система «Лань», коллекции издательства "Лань" Дог. №025/24/-ЕП-44-03 от 25.03.24; срок действия с 09.04.2024 до 09.04.2025; коллекции других издательств Дог. №024/24/-ЕП-44-03 от 25.03.24; срок действия с 09.04.2024 до 09.04.2025; коллекция "ФПУ. 10-11 кл. Изд-во "Просвещение" Дог. № 035/24-ЕП-44-03 от 29.05.2024; срок действия с 01.09.2024 до 01.09.2025; сетевая электронная библиотека Дог. №0136/20-223- 06 от 24.03.20; срок действия с 24.03.20 до 31.12.2023 (продолжаемый);

– электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн». Договор №038/24-ЕП-44-03 от 19.06.2024; срок действия с 27.06.2024 по 26.06.2025;

- универсальная база данных East View (ООО «ИВИС»), Договор № 407-П/002/25-ЕП-44-0 от 13.01.25; срок действия с 1.01.2025 по 31.12.2025.

Справочные и информационные системы

- справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>). Договор сопровождения экземпляров системы КонсультантПлюс №025/ЗК от 25.02.2025. Срок с 25.02.2025 г по 24.02.2026 г.;
- справочно-правовая система «Система ГАРАНТ». Свободный доступ (режим доступа: <http://www.garant.ru/company/about/press/news/1332787/>);
- программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат. ВУЗ» (URL: <https://www.antiplagiat.ru/>). Договор №6414/0107/23-ЕП-223-03 от 27.02.2023 года. Срок с 27.02.2023 г по 27.02.2024 г.; - проходит процедура аукциона – Информационная система 1С: ИТС (<http://its.1c.ru/>). Режим доступа: свободный

Профессиональные базы данных

- Федеральная служба государственной статистики. Официальная статистика (<http://www.gks.ru/>). Режим доступа: свободный.
- Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов // Акционерное общество «Информационная компания «Кодекс» (<https://docs.cntd.ru/>). Режим доступа: свободный.
- Экономический портал (<https://institutiones.com/>). Режим доступа: свободный.
- Информационная система РБК (<https://ekb.rbc.ru/>). Режим доступа: свободный.
- Официальный интернет-портал правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>). Режим доступа: свободный
- База полнотекстовых и библиографических описаний книг и периодических изданий (<http://www.ivis.ru/products/udbs.htm>). Режим доступа: свободный
- Научная электронная библиотека elibrary. Режим доступа: <http://elibrary.ru/>.
- Всероссийский Экологический портал (<https://ecoportal.su/>);
- Государственная система правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>);
- Информационные базы данных Росреестра (<https://rosreestr.ru/>).

Нормативно-правовые акты

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (30 ноября 1994 года N 51-ФЗ)
2. Федеральный закон от 25.02.1999 N 39-ФЗ (ред. от 25.12.2018) "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений".

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Формируемые компетенции	Вид и форма контроля	Семестр Очная/заочная/очно-заочная
УК-2- Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Промежуточный контроль: Контрольные вопросы к зачету Текущий контроль: Практические расчетные задания, тестовые задания по темам	8/9/С
ПК-2 - Способен осуществлять взаимодействие с потребителями туроператорских и турагентских услуг и заинтересованными лицами	Промежуточный контроль: Контрольные вопросы к зачету Текущий контроль: Практические расчетные задания, тестовые задания по темам	8/9/С

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Критерии оценивания выполнения заданий в тестовой форме (промежуточный контроль формирования компетенций УК-2 и ПК-2)

По итогам выполнения тестовых заданий оценка производится по 4-балльной шкале. При правильных ответах на:

86-100% заданий – оценка «зачтено-отлично»,

71-85 % - оценка «зачтено- хорошо»,

51-70% - оценка «зачтено-удовлетворительно»,

менее 51% заданий – оценка «не зачтено» (не удовлетворительно).

Критерии оценивания выполнения практических расчетных заданий (текущий контроль формирования компетенции УК-2 и ПК-2):

По итогам выполнения практических расчетных заданий дается оценка по 4-балльной шкале:

«отлично» – выполнены все практические задания без ошибок в расчетах и без замечаний по их оформлению,

«хорошо» – выполнены все практические задания, но есть небольшие замечания по оформлению работы: решение оформлено без указания единиц измерения, часть расчетов не прописана, не указаны искомые величины.

«удовлетворительно» – выполнена большая часть практических заданий, есть замечания по оформлению решения, незначительные ошибки в расчетах показателей.

«неудовлетворительно» - большая часть заданий не выполнена или выполнена неправильно, расчеты представлены в неоформленном виде, много исправлений.

Критерии оценивания выполнения заданий в тестовой форме по темам (текущий контроль формирования компетенций УК-2 и ПК-2)

По итогам выполнения тестовых заданий оценка производится по 4-балльной шкале. При правильных ответах на:

86-100% заданий – оценка «зачтено-отлично»,

71-85 % - оценка «зачтено- хорошо»,

51-70% - оценка «зачтено-удовлетворительно»,

менее 51% заданий – оценка «не зачтено» (не удовлетворительно).

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задания в тестовой форме для промежуточного контроля знаний

Выберите один правильный ответ.

1. Что является первоочередным мероприятием при разработке бизнес-плана:
А) составление резюме; Б) разработка бизнес-идеи; В) проведение маркетинговых исследований; Г) разработка товарной стратегии.
2. Что является главной задачей бизнес-плана:
А) разработка товара; Б) совершенствование производства; В) организация сбытовой сети; Г) оптимизация деятельности предприятия.
3. Самым распространенным является следующий вид бизнес-плана: А) для внутренних целей компании; Б) поиск партнеров; В) поиск инвестиций и получение кредита; Г) экспертная оценка
4. Что включает в себя бизнес-план: А) производство, исследование, сбыт; Б) покупатель, рынок, поставщик; В) товар, цена, методы распространения, продвижение, производство, оценка; Г) продукт, поддержка, ценообразование, сбыт, промоушн и стимулирование.
5. Что является ключевым в планировании маркетинговой стратегии в бизнесе: А) НИОКР; Б) маркетинговая информация; В) перспективные планы; Г) среднесрочные планы; Д) математическое обеспечение.
6. Для получения прибыли с позиции принципов разработки плана маркетинга в необходимо удовлетворить:

А) желания и мечты потребителя; Б) запросы и необходимости потребителя; В) нужды и потребности потребителя.

7. Что является объектами маркетинговых исследований в бизнесе:

А) экономическая ситуация, производство, финансовая сфера; Б) рынок, конкуренты, потребители, цены, внутренний потенциал предприятия; В) общественное мнение, последние достижения научно-технического прогресса.

8. На какие факторы маркетинговой среды фирма способна влиять

А) политические, экономические, культурные; Б) демографические, экономические, научно-технические; В) факторы внутренней среды и часть факторов микросреды.

9. Чем характеризуется емкость рынка: А) размерами и оборотом; Б) размерами спроса населения и величиной товарного предложения; В) численностью населения, состоянием сбытовой, торговой и сервисной сети.

10. Для чего осуществляют сегментацию рынка: А) для осуществления исследования рынка; Б) для осуществления исследования товара; В) для разработки маркетинговой программы

11. На основании чего принимается решение о позиционировании турпродукта: А) на основании спроса; Б) на основании исследования макросреды; В) на основании выбора целевого сегмента и оценки конкурентов.

12. Туристская фирма, работающая на внутренних маршрутах, осуществляет деятельность на рынке в период его сокращения. Продвигая турпродукт на рынок, фирма должна основной упор делать на:

А) низкие цены; Б) ценность для потребителя и удовлетворение специфических туристских потребностей; В) престижность приобретения турпродукта; Г) разнообразие услуг.

13. В результате исследования туристского рынка выявлено: “Спрос удовлетворен и растет равномерно”. Какова наиболее верная гипотеза развития рынка:

А) туристский товар вытеснится с рынка другими товарами; Б) высокие темпы роста спроса сохранятся; В) при обновлении ассортимента изделия тенденция роста спроса сохранится.

14. Какие факторы определяются при исследовании потребителя в бизнес-планировании:

А) факторы социальной среды; Б) факторы экономической среды; В) побудительные факторы.

15. Анализ туристского рынка показывает, что ассортимент турпродуктов беден, конкуренция отсутствует. Определите по этим условиям тип рынка:

А) рынок продавца; Б) рынок услуг; В) рынок покупателя; Г) региональный рынок.

16. Доля рынка – это:

А) часть рынка; Б) часть объектов рынка; В) удельный вес продукции предприятия в совокупном объеме реализации товара.

17. Какой показатель наиболее важен в конкурентной борьбе:

А) продукт; Б) цена; В) система сбыта; Г) реклама.

18. Конкурентоспособность товара – это:

А) самый высокий уровень качества; Б) способность товара конкурировать на мировом рынке; В) способность товара конкурировать с аналогичными видами продукции на мировом рынке; Г) способность товара конкурировать с аналогами на конкретном рынке в определенный период времени; Д) самая низкая себестоимость.

19. Составляющими конкурентоспособности товара являются:

А) технический уровень; Б) сертифицированная система обеспечения качества; В) эффективность рекламы; Г) совокупность эстетических показателей качества товара; Д) базисные условия контракта.

20. Может ли товар, превосходящий по качеству конкурирующие аналоги, быть неконкурентоспособным на данном рынке:

А) да; Б) нет.

21. На какие рынки предпочтительней выходить фирмам, турпродукт которых уступает аналогичной продукции конкурентов по качеству, степени технологичности, условиям обслуживания:

А) на рынки с высокой эластичностью спроса; Б) на рынки с низкой эластичностью спроса; В) на рынки со средней эластичностью спроса; Г) на региональные рынки.

22. На какой стадии ЖЦТ фирма несет наибольшие затраты:

А) внедрения; Б) спада; В) зрелости; Г) роста; Д) стабильности.

23. На какой стадии жизненного цикла товара фирма получает максимальную прибыль:

А) внедрения; Б) спада; В) зрелости; Г) роста.

24. На какой стадии ЖЦТ возрастает значимость стимулирования сбыта:

А) внедрения; Б) спада; В) зрелости; Г) роста.

25. Какой период наиболее важен в рыночной судьбе нового товара:

А) период производства товара; Б) этап разработки концепции нового товара; В) стадия внедрения; Г) стадия роста; Д) период рекламной кампании

Практические задания

1. Сделать СВОТ-анализ туристического предприятия
2. Оценить уровень конкуренции на рынке туристических (других) услуг в регионе, стране
3. Определить ценовую чувствительность рынка туристических продуктов.

Вопросы к зачету

1. Варианты сбытовой политики фирмы, роль рекламы.
2. Оценка рынка сбыта и потенциальных потребителей.
3. Оценка конкурентоспособности товара и фирмы.
4. Оценка риска и лимитирующих факторов в бизнесе.
5. Методы планирования, используемые в бизнесе.
6. Стратегия достижения безубыточности фирмы.
7. Ценовая стратегия фирмы, выбор эффективной методики ценообразования.
8. Виды цен и методики ценообразования.

9. Анализ конкуренции на отраслевом рынке услуг.
10. Стратегия маркетинга в туристического предприятия.
11. Основные разделы бизнес-плана, их содержание. бизнес-плане.
12. Сущность, содержание и виды рисков.
13. Расчет потребности в трудовых ресурсах, необходимых для реализации бизнес-идеи
14. Стратегия финансирования деятельности фирмы.
15. Юридические документы при организации бизнеса.
16. Виды рынков, их характеристика.
17. Основные этапы формирования цены.
18. Основные методы ценообразования.
19. Процесс формирования цены продукции производителем (продавцом).
20. Основные факторы, влияющие на рост и снижение цен на товары (продукцию, услуги).
21. Понятие жизненного цикла товара и учет его в процессе установления цены.
22. Стратегия ценообразования: возможные варианты.
23. Понятие и виды инфляции, методика учета ее в ценообразовании.
24. Механизм установления цен на продукцию (услуги) в условиях рынка.
25. Выбор организационно-правовой формы предпринимательской деятельности.
26. Схема оценки конкурентоспособности фирмы (товара, услуги, идеи).
27. Основные направления инвестиционной деятельности.
28. Основные признаки и формы бизнеса.
29. Рекомендации по оформлению бизнес-плана.
30. Характеристика внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность фирмы.
31. Источники финансирования инвестиционной деятельности.

7.4. Соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированных компетенций

Уровень сформированных компетенций	Оценка	Пояснения
Высокий	Зачтено-отлично	Теоретическое содержание курса освоено полностью, компетенции сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены. Обучающийся демонстрирует способность самостоятельно определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности.

Уровень сформированных компетенций	Оценка	Пояснения
Базовый	Зачтено-хорошо	Теоретическое содержание курса освоено полностью, компетенции сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями. Обучающийся демонстрирует способность участвовать в обосновании оптимальных способов решения поставленных перед ним задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; участвовать в принятии экономических решений в различных областях жизнедеятельности; под руководством принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности
Пороговый	Зачтено-удовлетворительно	Теоретическое содержание курса освоено частично, компетенции сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, в них имеются ошибки. Обучающийся демонстрирует пороговые знания в сфере обоснования оптимальных способов решения поставленных перед ним задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; он способен участвовать в принятии экономических решений; под руководством принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности.
Низкий	Не зачтено	Теоретическое содержание курса не освоено, компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнены, либо содержат грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не привела к какому-либо значительному повышению качества выполнения учебных заданий. Обучающийся не демонстрирует пороговые знания в сфере обоснования оптимальных способов решения поставленных перед ним задач, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; не демонстрирует способность участвовать в принятии экономических решений; под руководством принимать некоторые экономически обоснованные

Уровень сформированных компетенций	Оценка	Пояснения
		решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности.

8. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа – планируемая учебная работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль в контроле за работой студентов).

Самостоятельная работа обучающихся в вузе является важным видом их учебной деятельности. В связи с этим, обучение в вузе включает в себя две, практически одинаковые по объему и взаимовлиянию части – процесса обучения и процесса самообучения. Поэтому самостоятельная работа должна стать эффективной и целенаправленной работой каждого обучающегося.

Формы самостоятельной работы разнообразны. Они включают в себя:

- изучение и систематизацию официальных государственных документов: законов, постановлений, указов, нормативно-инструкционных и справочных материалов с использованием информационно-поисковых систем «Консультант Плюс», «Гарант», глобальной сети «Интернет»;
- изучение учебной, научной и методической литературы, материалов периодических изданий с привлечением электронных средств официальной, статистической, периодической и научной информации;
- участие в работе научно-практических конференций.

В процессе изучения дисциплины «Организация бизнеса в сфере туризма» обучающимися направления 43.03.02 основными видами самостоятельной работы являются:

- подготовка к аудиторным занятиям (практическим занятиям) и выполнение соответствующих заданий;
- самостоятельная работа над отдельными темами учебной дисциплины в соответствии с учебно-тематическим планом;
- выполнение практических заданий;
- подготовка к зачету.

Самостоятельное выполнение *тестовых заданий* по всем разделам дисциплины сформированы в фонде оценочных средств (ФОС)

Данные тесты могут использоваться:

- при подготовке к зачету в форме самопроверки знаний;

- преподавателями для проверки знаний в качестве формы промежуточного контроля на практических занятиях;
- для проверки остаточных знаний обучающихся, изучивших данный курс.

Тестовые задания рассчитаны на самостоятельную работу без использования вспомогательных материалов. То есть при их выполнении не следует пользоваться учебной и другими видами литературы.

Для выполнения тестового задания, прежде всего, следует внимательно прочитать поставленный вопрос. После ознакомления с вопросом следует приступить к прочтению предлагаемых вариантов ответа. Необходимо прочитать все варианты и в качестве ответа следует выбрать индекс (цифровое обозначение), соответствующий правильному ответу.

На выполнение теста отводится ограниченное время. Оно может варьироваться в зависимости от уровня тестируемых, сложности и объема теста. Как правило, время выполнения тестового задания определяется из расчета 30-45 секунд на один вопрос.

Содержание тестов по дисциплине ориентировано на подготовку обучающихся по основным вопросам курса. Уровень выполнения теста позволяет преподавателям судить об уровне освоенности компетенций.

Подготовка и защита курсовой работы является одной из форм самостоятельной работы обучающегося и вариантом промежуточного контроля успеваемости, позволяющим оценить знания, умения и уровень приобретенных компетенций. Каждому обучающемуся выдается индивидуальное задание на выполнение курсовой работы, в котором указывается объект и цель оценки. Выполняя курсовую работу, обучающийся должен придерживаться предлагаемой структуры работы и оформить ее в соответствии с требованиями.

9.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Для успешного овладения дисциплиной используются следующие информационные технологии обучения:

- Практические занятия по дисциплине проводятся с использованием платформы MOODLE, Справочной правовой системы «Консультант Плюс».

Практические занятия по дисциплине проводятся с использованием бумажных вариантов раздаточного материала, а также информационных материалов, размещенных на официальных сайтах.

В процессе изучения дисциплины учебными целями являются первичное восприятие учебной информации о теоретических основах и принципах работы с документами (планы, отчеты), ее усвоение, запоминание, а также

структурирование полученных знаний и развитие интеллектуальных умений, ориентированных на способы деятельности репродуктивного характера. Посредством использования этих интеллектуальных умений достигаются узнавание ранее усвоенного материала в новых ситуациях, применение абстрактного знания в конкретных ситуациях.

Для достижения этих целей используются в основном традиционные информативно-развивающие технологии обучения с учетом различного сочетания активных и интерактивных форм (семинаров-диспутов, расчетных работ).

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения:

- операционная система Windows 7, License 49013351 УГЛТУ Russia 2011-09-06, OPEN 68975925ZZE1309. Срок: бессрочно;
- операционная система Astra Linux Special Edition. Договор №Pr000013979/0385/22-ЕП-223-06 от 01.07.2022. Срок: бессрочно;
- пакет прикладных программ Office Professional Plus 2010, License 49013351 УГЛТУ Russia 2011-09-06, OPEN 68975925ZZE1309. Срок: бессрочно;
- пакет прикладных программ Р7-Офис.Профессиональный. Договор №Pr000013979/0385/22-ЕП-223-06 от 01.07.2022. Срок: бессрочно;
- антивирусная программа Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Расширенный Договор 0436/ЗК от 20 сентября 24 срок действия 24.09.24- 13.10.26;
- операционная система Windows Server. Контракт на услуги по предоставлению лицензий на право использовать компьютерное обеспечение № 067/ЭА от 07.12.2020 года. Срок бессрочно;
- система видеоконференцсвязи Пруффми. Договор № 2576620-2 /0120/24-ЕП-223-03 от 16 марта 2024 г. С 17 марта 2025 года будет продление.
- система управления обучением LMS Moodle – программное обеспечение с открытым кодом, распространяется по лицензии GNU Public License (rus);
- браузер Yandex (<https://yandex.ru/promo/browser/>) – программное обеспечение распространяется по простой (неисключительной) лицензии; Яндекс 360 Тариф «Оптимальный для образования»;
- кроссплатформенное программное обеспечение для управления проектами OpenProj (<https://openproj.ru.uptodown.com/windows>), распространяется на условиях лицензии Common Public Attribution License Version 1.0;
- программное обеспечение «Abris+» для создания чертежей отвода лесосеки. Договор №793/01/2022-Л/0369/22-ЕП-223-06 от 07.07.2022. Срок: бессрочно;
- Statistica Ultimate Fcfdemic for Windows 13 Russian. Договор №0380/20-223-06 от 30.11.2020. Срок: бессрочно;
- Комплекс КРЕДО «ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВО И КАДАСТРЫ». Договор №49/20/0066/20-223-06 от 25.02.2020. Срок: бессрочно;
- ГРАНД-Смета, Студент. Договор №03Екг0632с/0237/22-ЕП-223-06 от 27.04.2022. Срок: бессрочно;
- программный комплекс «Лира 10». Договор №216/2020/0247/20-223-06 от 09.07.2020. Срок: бессрочно;

- программное обеспечение Agisoft Metashape. Договор №20-824MS/0362/20-223-06 от 10.11.2020. Срок: бессрочно;
- ЦОП «Химия. Виртуальная лаборатория. Задачи. Тренажеры. Тесты». Договор №13/21/0183/21-223-03 от 16.04.2021. Срок: бессрочно;
- платформа 1С: Предприятие 8. Договор №0164/ЗК от 31.05.2021 г. Срок действия: бессрочно;
- система управления данными Microsoft SQL Server. Контракт на услуги по предоставлению лицензий на право использовать компьютерное обеспечение № 067/ЭА от 07.12.2020 года. Срок бессрочно;
- интегрированная среда для разработки Visual Studio. Контракт на услуги по предоставлению лицензий на право использовать компьютерное обеспечение № 067/ЭА от 07.12.2020 года. Срок бессрочно;
- система управления реляционными базами данных MySQL (<https://www.mysql.com/>) – программное обеспечение с открытым кодом, распространяется по лицензии GNU GPL 2 и проприетарной лицензии;
- Apache HTTP-сервер (<httpd.apache.org>) – программное обеспечение с открытым кодом, распространяется по лицензии Apache License;
- скриптовый язык общего назначения PHP (php.net) – программное обеспечение с открытым исходным кодом, распространяется по лицензии PHP License;
- система управления контентом WordPress (wordpress.org) – свободно распространяемая система с открытым исходным кодом, распространяется под лицензией GNU GPL;
- система управления базами данных PostgreSQL (<https://www.postgresql.org/download/windows/>) – программное обеспечение с открытым кодом Open Source, распространяется по лицензии PostgreSQL License;
- гипервизор VMware ESXi (<https://my.vmware.com/en/web/vmware/evalcenter?p=free-esxi7>) с открытым программным кодом Open Source, распространяется по лицензии GNU Public License;
- платформа Eucalyptus (<https://www.eucalyptus.cloud/>) – программное обеспечение с открытым исходным кодом, распространяется по стандартной общественной лицензии GNU (GPL);
- система бизнес-моделирования UMLetino (<http://www.umlet.com/umletino/umletino.html>) – свободно распространяемое программное обеспечение Open Source, распространяется по лицензии GNU (GPL);
- приложение Apache JMeter (jmeter.apache.org) – программное обеспечение с открытым исходным кодом, применяется согласно лицензии APACHE;
- Watir – библиотека для интерпретатора Ruby (<http://watir.com/>) – программное обеспечение с открытым исходным кодом для автоматизации тестов, распространяется по лицензии MIT;
- программное обеспечение для автоматизации тестирования настольных, мобильных и веб-приложений Sahi – программное обеспечение с открытым исходным кодом Open source, выпущен под лицензией Apache License 2.0;

- интерпретатор языка программирования Python (www.python.org) – программное обеспечение с открытым исходным кодом, распространяется в соответствии с Лицензионным соглашением PSF и лицензией BSD;
- программная среда для построения экспертных систем Clips (<http://www.clipsrules.net/Downloads.html>) – с открытым исходным кодом, распространяется свободно;
- агентно-ориентированный язык программирования и интегрированная среда разработки NetLogo (<https://ccl.northwestern.edu/netlogo/download.shtml>)
- программное обеспечение с открытым кодом Open Source, распространяется по стандартной общественной лицензии GNU;
- программная среда разработки мультиагентных систем и приложений Java Agent Development Framework (JADE) (<https://jade.tilab.com/>) – платформа с открытым исходным кодом, распространяется по лицензии GNU Lesser General Public License (LGPL);
- профессиональный инструмент для работы с векторной графикой Inkscape (<https://inkscape.org/ru/o-programme/>) – программное обеспечение с открытым кодом Open Source, распространяется по лицензии GPL;
- редактор изображений GIMP (<http://www.progimp.ru/>) – программное обеспечение с открытым кодом Open Source, распространяется по лицензии General Public License GNU;
- пакет прикладных математических программ Scilab 6.1.0 (<https://www.scilab.org/download/6.1.0>) – свободно распространяемое программное обеспечение, распространяется по лицензии GNU General Public License (GPL) v2.0;
- программа для эмуляции работы сети NetEmul (<http://netemul.sourceforge.net/ruindex.html>) – свободно распространяемое программное обеспечение, распространяется по лицензии GPL.

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

Реализация учебного процесса осуществляется в специальных учебных аудиториях университета для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Все аудитории укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. При необходимости обучающимся предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Самостоятельная работа обучающихся выполняется в специализированной аудитории, которая оборудована учебной мебелью, компьютерной техникой

с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УГЛТУ. Есть помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Требования к аудиториям

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Помещение для лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущей и промежуточной аттестации.	Переносная мультимедийная установка (проектор, экран). Учебная мебель
Помещение для лабораторных занятий	Столы компьютерные, стулья. Персональные компьютеры. Выход в Интернет.
Помещения для самостоятельной работы	Столы компьютерные, стулья. Персональные компьютеры. Выход в Интернет.
Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи. Раздаточный материал.