

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ ЕВРАЗИЙСКИХ И ВОСТОЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА
Кафедра общественных связей, туризма и гостеприимства

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА В ГОСТЕПРИИМСТВЕ
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Направление 43.03.03 Гостиничное дело
Направленность Гостиничная деятельность
Уровень квалификации выпускника (бакалавр)

Форма обучения очная, очно-заочная, заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2026

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ЭТИКА В ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Рабочая программа дисциплины *(модуля)*

Составитель(и):

к.э.н. Доц Ключевская И.С.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры общественных связей, туризма и гостеприимства

№ 5 от 29.12.25

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	<u>Пояснительная записка</u>	4
1.1.	<u>Цель и задачи дисциплины</u>	4
1.2.	<u>Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций</u>	4
1.3.	<u>Место дисциплины в структуре образовательной программы</u>	4
2.	<u>Структура дисциплины</u>	5
3.	<u>Содержание дисциплины</u>	6
4.	<u>Образовательные технологии</u>	6
5.	<u>Оценка планируемых результатов обучения</u>	7
5.1	<u>Система оценивания</u>	7
5.2	<u>Критерии выставления оценки по дисциплине</u>	8
5.3	<u>Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине</u>	9
6.	<u>Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</u>	9
6.1	<u>Список источников и литературы</u>	9
6.2	<u>Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</u>	9
7.	<u>Материально-техническое обеспечение дисциплины</u>	9
8.	<u>Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов</u>	10
9.	<u>Методические материалы</u>	11
9.1	<u>Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий</u>	11
9.2	<u>Методические рекомендации по подготовке письменных работ</u>	12
9.3	<u>Иные материалы</u>	12
	<u>Приложение 1. Аннотация дисциплины</u>	13

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины: формирование у студентов современной культуры профессионального общения, основанной на этических принципах и нормах; развитие у студентов необходимых умений, позволяющих использовать полученные знания в будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучение принципов, составляющих основу этики деловых отношений и делового этикета;
- знание профессионально-этических норм и стандартов профессионального общения;
- знание этических норм и стандартов, применяемых при написании деловых писем;
- знание основных правил этикета приветствий и представлений, требований к внешнему облику делового человека, особенностям делового общения с иностранными партнерами;
- умение внедрять этические принципы и нормы в практику деловых отношений.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1 Способен управлять текущей деятельностью департаментов (служб, отделов) гостиничного комплекса	ПК-1.2. Осуществляет взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонам	<i>Знать:</i> особенности взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонам <i>Уметь:</i> использовать знания при взаимодействии с потребителями и заинтересованными сторонам <i>Владеть:</i> навыками применения взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонам в деятельности

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина (модуль) «Профессиональная этика в гостеприимстве» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины (*модуля*) необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения : Человек и его потребности, Русский язык и культура речи,

В результате освоения дисциплины (*модуля*) формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик Кросс-культурный менеджмент и технологии переговоров в поликультурной среде,

Структура дисциплины¹

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	18
3	Семинары/лабораторные работы	24
Всего:		42

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часа(ов).

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	8
3	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		24

Объем дисциплины (*модуля*) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа(ов).

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
3	Лекции	8
3	Семинары/лабораторные работы	4
Всего:		12

¹ При реализации образовательной программы на очно-заочной и заочной формах обучения, таблица составляется для каждой формы.

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часа(ов).

2. Содержание дисциплины²

<i>№</i>	<i>Наименование раздела дисциплины</i>	<i>Содержание</i>
1	Профессиональная этика: структура, виды, прикладные аспекты.	Сущность профессиональной этики. Понятие о профессиональной этике. Основные принципы профессиональной этики. Профессионализм как нравственная черта личности.
2	Этика и мораль: теоретические проблемы и универсальные принципы.	Взаимосвязь этики и этикета. Взаимосвязь и различие понятий «этики» и «этикета». Правила поведения с точки зрения этики и этикета. Нравственные качества человека. Нравственные требования к общению. Основные элементы делового этикета. Приветствие. Представление. Обращение. Субординация. Визитные карточки. Деловые подарки и сувениры.
3	Этнокультурные особенности делового этикета.	Невербальные средства общения. Кинесика. Просодика. Такесика. Проксемика Межнациональные различия невербального общения.
4	Особенности этикета в сервисных организациях	Специфика ведения деловых бесед, встреч, переговоров. Ведение деловой беседы. Этикетные особенности в ведении деловых переговоров. Культура делового общения по телефону. Эпистолярный этикет
5	Основы корпоративной этики.	Деловой этикет сервисной деятельности. Этические основы сервисной деятельности. Профессиональнослужебная этика сервисной деятельности. Основные нормы служебной этики. Недопустимые нормы поведения и личностные качества. Этические нормы в отношениях с коллегами. Служебный этикет работников сервисной сферы. Эстетическая культура работника сервиса
6	Служебный этикет в сфере гостеприимства	Этика делового общения в сфере гостиничного сервиса. Правила поведения персонала

² Раздел может быть представлен как в текстовой форме, так и в таблице

		гостиницы. Стиль обслуживания гостей. Стиль обслуживания клиентов в гостинице. Роль гостеприимства в сфере гостиничных услуг. Корпоративный имидж Профессиональная этика работников сферы туризма. Роль этики и этикета в деятельности работников туристической фирмы. Правила поведения работников сферы туризма. Формы и стили обслуживания туристов. Качество обслуживания и способы его регулирования. Организация приема и обслуживания посетителей
--	--	--

3. Образовательные технологии³

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Информационные и образовательные технологии</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>5</i>
<i>1</i>	Раздел 1 Профессиональная этика: структура, виды, прикладные аспекты.	<i>Лекция 1.</i> <i>Семинар 1.</i> <i>Самостоятельная работа</i>	Вводная лекция с использованием видеоматериалов Развернутая беседа с обсуждением доклада и выполнением задания Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
<i>2</i>	Раздел 2 Этика и мораль: теоретические проблемы и универсальные принципы.	<i>Лекция 2.</i> <i>Семинар 2</i> <i>Самостоятельная работа</i>	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада и выполнением задания Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
<i>3</i>	Раздел 3 Этнокультурные	<i>Лекция 3</i>	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора

³ В разделе указываются образовательные технологии, используемые при реализации различных видов учебных занятий для наиболее эффективного освоения дисциплины. При проведении учебных занятий обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (*модулей*) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей (п.34. Приказ №301).

	особенности делового этикета.	<i>Семинар 3</i> <i>Самостоятельная работа</i>	Развернутая беседа с обсуждением доклада и выполнением задания Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
4	Раздел 4 Особенности этикета в сервисных организациях	<i>Лекция 4.</i> <i>Семинар 4</i> <i>Самостоятельная работа</i>	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада и выполнением задания. Контрольная работа Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
5	Раздел 5 Основы корпоративной этики.	<i>Лекция 5</i> <i>Семинар 5</i> <i>Самостоятельная работа</i>	Проблемная лекция Развернутая беседа с обсуждением доклада Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций
6	Раздел 6 Служебный этикет в сфере гостеприимства.	<i>Лекция 6</i> <i>Семинар 6.</i> <i>Самостоятельная работа</i>	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора Развернутая беседа с обсуждением доклада и выполнением задания Тестирование Подготовка к занятию с использованием электронного курса лекций

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

4. Оценка планируемых результатов обучения

4.1 Система оценивания⁴

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- контрольная работа	15 баллов	15 баллов
- тестирование	15 баллов	15 баллов
- выступление с докладом	5 баллов	15 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	15 баллов
Промежуточная аттестация (экзамен)	40 баллов	40 баллов
Итого за семестр экзамен		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала	Шкала ECTS	
95 – 100	отлично	A	
83 – 94		B	
68 – 82	хорошо	зачтено	
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	FX	
0 – 19		не зачтено	F

4.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

⁴ Система оценивания выстраивается в соответствии с учебным планом, где определены формы промежуточной аттестации (зачёт/зачёт с оценкой/экзамен), и структурой дисциплины, где определены формы текущего контроля. Указывается распределение баллов по формам текущего контроля и промежуточной аттестации, сроки отчётности.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	хорошо/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

4.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине⁵

Контрольные вопросы для экзамена по дисциплине

1. Сущность маркетинга предприятий индустрии гостеприимства и его социально-экономическое значение
2. Особенности маркетинговой деятельности в индустрии гостеприимства
3. Содержание и направления маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства
4. Система маркетинговой информации предприятий индустрии гостеприимства
5. Маркетинговая стратегия предприятий индустрии гостеприимства
6. Маркетинговая продуктовая стратегия гостиниц и предприятий питания
7. Политика цен на предприятиях индустрии гостеприимства
8. Продвижение услуг предприятий индустрии гостеприимства
9. Маркетинговые коммуникации предприятий индустрии гостеприимства

⁵ Приводятся примеры оценочных средств в соответствии со структурой дисциплины и системой контроля: варианты тестов, тематика письменных работ, примеры экзаменационных билетов, типовые задачи, кейсы и т.п. Оценочными средствами должны быть обеспечены все формы текущего контроля и промежуточной аттестации. Они должны быть ориентированы не только на проверку сформированности знаний, но также умений и владений.

10. Управление маркетинговой деятельностью на предприятия индустрии гостеприимства
11. Маркетинг как инструмент развития предприятий индустрии гостеприимства
12. Уровни и координация маркетинга предприятий индустрии гостеприимства
13. Модель системы маркетинга предприятий индустрии гостеприимства
14. Сущность и формы маркетинговых исследований
15. Исследование среды маркетинга предприятий индустрии гостеприимства
16. Маркетинговые исследования рынка услуг предприятий индустрии гостеприимства
17. Маркетинговые исследования конкурентов предприятий индустрии гостеприимства
18. Маркетинговые исследования потребителей услуг предприятий индустрии гостеприимства
19. Сущность маркетинговой информационной системы предприятий индустрии гостеприимства
20. Разработка маркетинговой стратегии предприятий индустрии гостеприимства
21. Сущность понятий «маркетинг-микс», «гостиничный продукт», «продукт предприятия питания»
22. Цена в комплексе маркетинга предприятий индустрии гостеприимства
23. Продвижение услуг предприятий индустрии гостеприимства
24. Сбытовая стратегия предприятий индустрии гостеприимства
25. Разработка сбытовой стратегии предприятий индустрии гостеприимства
26. Разработка коммуникационной стратегии предприятий индустрии гостеприимства
27. Приемы разработки коммуникационной стратегии предприятий индустрии гостеприимства
28. Организация и деятельность службы маркетинга в предприятиях индустрии гостеприимства
29. Маркетинговый контроль деятельности предприятий индустрии гостеприимства
30. Концепция жизненного цикла услуг.
31. Стратегия разработки новых продуктов
32. Разработка ассортимента продуктов гостиничного предприятия.
33. Цена в комплексе маркетинга.
34. Постановка целей ценообразования.
35. Выбор метода ценообразования.
36. Управление ценами.
37. Определение и реализация ценовой стратегии
38. Функции и уровни каналов распределения товаров.
39. Маркетинговые системы распределения товаров (традиционные, вертикальные, горизонтальные).
40. Типы торговых посредников.
41. Сущность, природа и роль маркетинговых коммуникаций.
42. Личная продажа в комплексе маркетинговых коммуникаций
43. Стимулирование сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций
44. Пропаганда в комплексе маркетинговых коммуникаций
45. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций
46. Фирменный стиль предприятия гостиничного хозяйства.
47. Стратегическое маркетинговое планирование.
48. Ситуационный анализ
49. Сущность и содержание программы маркетинга.
50. Методы формирования бюджета маркетинга
51. Структура рынка гостиничных услуг.
52. Оценка конъюнктуры и определение емкости рынка гостиничных услуг.
53. Изучение покупательского поведения.
54. Конкурентоспособность и качество, их место в стратегии маркетинга гостиничного предприятия.

Ситуации для обсуждения на семинарских занятиях

Задание 1. К атрибутам системы маркетинга относятся внешние и внутренние факторы, воздействующие на процесс развития системы маркетинга. Укажите, какие из нижеперечисленных факторов относятся к внешним, а какие - к внутренним:

1. Финансовые возможности фирмы;
2. Научно-технический прогресс;
3. Существующая репутация фирмы;
4. Средства производства;
5. Политические факторы;
6. Возможности внедрения научных исследований и разработок;
7. Демография;
8. Расположение фирмы по отношению к рынкам сбыта;
9. Экономические условия;
10. Социально-культурные факторы;
11. Рабочая сила;
12. Конкуренция.

Задание 2. К атрибутам системы маркетинга относятся качественные и количественные цели фирмы. Укажите, какие из нижеперечисленных целей являются качественными, а какие - количественными:

1. Охрана окружающей среды;
2. Объем продаж;
3. Производительность труда;
4. Обеспечение занятости в странах, где фирма ведет свою деятельность;
5. Объем прибыли;
6. Доля рынка по странам, товарам или сегментам.

Задание 3. Указать, к каким из приведенных ниже стратегий маркетинга (диверсификация; развитие рынка; проникновение на рынок; разработка товара) относятся следующие определения.

Стратегия Характеристика действий фирмы

Фирма делает упор на новые модели, улучшения качества, разрабатывает новые или модифицированные товары для существующих рынков.

Фирма выпускает новые товары, ориентированные на новые рынки. Цели распределения, сбыта и продвижения отличаются от традиционных для фирмы.

Фирма стремится расширить свой рынок, возникают новые сегменты на рынке; для хорошо известной продукции выявляются новые области применения.

Фирма стремится расширить сбыт имеющихся товаров на существующих рынках посредством интенсификации товародвижения, поступательного продвижения самых конкурентоспособных товаров.

Задание 4. Укажите, какие из приведенных ниже ценовых стратегий используются применительно к продуктам-новинкам, а какие – к продуктам, находящимся на рынке длительное время.

- стратегия «снятия сливок»;
- стратегия скользящей падающей цены;

- стратегия цен проникновения на рынок;
- стратегия преимущественной цены;
- стратегия престижных цен;
- стратегия «следования за лидером»;
- стратегия преимущественной цены;
- стратегия цены сегмента рынка;
- стратегия ценовых манипуляций;
- стратегия психологических цен;
- дискриминационная стратегия.

Примерная тематика докладов

1. Современные тенденции развития гостиничного бизнеса: оценка состояния, проблемы и перспективы .
2. Практика маркетинга в гостиничном / ресторанном бизнесе (на примере конкретных предприятий)
3. Представление результатов маркетингового исследования на гостиничном рынке.
4. Роль физического окружения во взаимодействии с клиентами.
5. Качественные методы в маркетинговых исследованиях.
6. Особенности применения информационных технологий в сфере гостеприимства.
7. Маркетинг отношений: фокус на сохранение клиентуры.
8. Проблемы качества обслуживания на предприятиях индустрии туризма.
9. Эффективная реклама в туристском бизнесе.
10. Кросс-культурные различия в международном туризме.

Примерная тематика докладов, рефератов, эссе

1. Товарная политика гостиничного предприятия.
2. Сегментация рынка конкретной продукции.
3. Проведение маркетинговых исследований.
4. Коммуникационная политика гостиницы.
5. Роль брэнда в обеспечении конкурентных преимуществ предприятия.
6. Организация выставочно-ярмарочной деятельности.
7. Информационное обеспечение маркетинга.
8. Понятие и системы цен в условиях перехода к рынку.
9. Управление маркетингом на предприятии.
10. Рекламная политика фирмы.
11. Контроль в маркетинге.
12. Планирование маркетинга.
13. Маркетинговые структуры предприятия.
14. Сбытовая политика предприятия.
15. Сервис в системе товарной политики.
16. Использование основных элементов концепций маркетинга в деятельности торговой фирмы.
17. Использование основных принципов маркетинга для организации быстрого реагирования на изменение запросов потребителей.
18. Опыт компании по использованию концепции маркетинга.
19. Разработка программы, обеспечивающей ориентацию деятельности компании на принципы маркетинга.
20. Взаимосвязь экономических факторов внешней среды маркетинга с решениями, принимаемыми в области политической внешней сферы маркетинга.
21. Новые возможности, открываемые для маркетинга в связи с изменениями предпочтений потребителей.

22. Изменение маркетинговой стратегии компании при появлении на рынке новаций.
23. Комплекс маркетинга и его место в маркетинговой деятельности.
24. Возможности применения концепции маркетинга в России.
25. Препятствия, сдерживающие широкое использование маркетинга в России.
26. Опыт эффективного использования маркетинга российскими организациями, а также зарубежными организациями, работающими на рынках России.
27. Организация службы маркетинга на предприятии.
28. Методы проведения маркетинговых исследований.
29. Анализ конкурентоспособности предприятия и его продукции.
30. Проблемы поддержания качества и конкурентоспособности продукции в рыночных условиях.
31. Роль жизненного цикла товара в обеспечении успеха организации на рынке.
32. Ценовая политика предприятия.
33. Планирование товарного ассортимента.
34. Позиционирование товара на рынке.
35. Роль упаковки и маркировки в повышении конкурентоспособности продукции.
36. Факторы, определяющие выбор каналов сбыта.
37. Использование методов мерчендайзинга в розничной торговле.
38. Использование CRM-стратегии для управления отношениями с клиентами.
39. Маркетинговые исследования и бенчмаркинг.
40. Системы разработки брендов компаний.

Образцы тестов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины, а также для контроля самостоятельной работы обучающегося

Вопрос 1. Что означает термин "маркетинг"?

1. управление;
2. экономическая категория;
3. рыночная деятельность, работа с рынком;
4. планирование;
5. воспроизводство.

Вопрос 2. Какая сфера является необходимой предпосылкой для эффективного функционирования маркетинга?

1. плановая;
2. директивная;
3. торговая;
4. развитая рыночная;
5. товарная.

Вопрос 3. Назовите основной принцип деятельности предприятия, реализующего концепцию маркетинга:

1. самокупаемость;
2. инвестирование;
3. развитие;
4. самофинансирование;
5. производить то, в чем нуждается покупатель.

Вопрос 4. За счет чего обеспечивается определенная прибыль предприятия?

1. за счет инвестиций;
2. за счет финансов;
3. за счет удовлетворения потребностей покупателей;
4. за счет технологии;

5. за счет техники.

Вопрос 5. Назовите одну из самых перспективных, быстроразвивающихся отраслей экономики:

1. туризм;
2. капитальное строительство;
3. сфера услуг;
4. автомобилестроение;
5. добывающая отрасль.

Вопрос 6. Кто является автором определения, что "услуги - это объекты продаж в виде действий, выгод или удовлетворений"?

1. Риегер А.;
2. Вейс Х.;
3. Шранд А.;
4. Ланкар Р.;
5. Коглер Ф.

Вопрос 7. Сколько характерных общих черт имеют услуги?

1. одна;
2. две;
3. три;
4. четыре;
5. пять.

Вопрос 8. Где потребляются гостиничные услуги и товары?

1. в гостиницах;
2. в месте их производства;
3. на транспорте;
4. на предприятиях питания;
5. по месту проживания клиента.

Вопрос 9. К чему сводится результат гостиничной деятельности?

1. к гостиничному продукту;
2. к реализации услуг;
3. к удовлетворению потребностей;
4. к повышению качества услуг;
5. к получению прибыли.

Вопрос 10. Как называется любая услуга, удовлетворяющая те или иные потребности гостей в отелях и подлежащая оплате с их стороны?

1. обслуживание гостя;
2. платная услуга;
3. гостиничный продукт;
4. реализация гостиничного продукта;
5. удовлетворение потребностей.

Вопрос 11. Что является основным гостиничным продуктом?

1. размещение;
2. дополнительные услуги в гостинице;
3. питание;
4. экскурсионные услуги;
5. комплексное обслуживание.

Вопрос 12. Чем отличается предложение гостиничных услуг?

1. статичностью;
2. постоянством;
3. однообразием;
4. негибким производством;
5. разнообразием.

Вопрос 13. Какие факторы существенно влияют на маркетинг в гостеприимстве?

1. социальные;
2. ценовые;
3. сезонные;
4. финансовые;
5. специфические особенности гостиничного продукта.

Вопрос 14. Назовите главные функции гостиничного маркетинга:

1. проектирование нововведений, прибыль;
2. установление контактов с клиентами, развитие, контроль;
3. анализ результатов, удовлетворение потребностей;
4. продвижение услуг, максимальная прибыль;
5. проверка результатов, анализ возможностей.

Вопрос 15. Кто является авторами определения маркетинга как рыночно-ориентированного управления, направленного на достижение целей предприятия путем более эффективного, чем у конкурентов, удовлетворения потребностей туристов?

1. Ланкар Р., Оллье Р.;
2. Крипендорф Е.
3. Риегер В., Рот П., Шранд А.;
4. Исмаев Д.;
5. Коглер Ф., Вейс Х.

Вопрос 16. Как определяется последовательность действий гостиничного предприятия, которые объединены для достижения поставленных целей?

1. менеджмент;
2. управление;
3. консолидация;
4. консалтинг;
5. маркетинг.

Вопрос 17. Назовите сферу некоммерческого маркетинга в гостеприимстве:

1. производители туристских услуг;
2. туристские предприятия;
3. национальные центры;
4. маркетинг туристских организаций, территорий и регионов;
5. областные организации.

Вопрос 18. С чего начинается процесс маркетинговой деятельности на гостиничном предприятии?

1. с выбора перспективных целей;
2. с анализа рыночных возможностей;
3. с выбора перспективных рынков;
4. с выбора стратегии;
5. с разработки комплекса маркетинга.

Вопрос 19. Назовите основные элементы комплекса маркетинга:

1. персонал, квалификация, обучение;
2. потребление услуг, окружение;
3. ценовая, продуктовая стратегия;
4. коммуникационная, сбытовая стратегия;
5. туристский продукт, цена, сбыт, коммуникации.

Вопрос 20. Что предусматривает разработку гостиничного продукта, в наибольшей степени соответствующего потребностям туристов?

1. ценовая стратегия;
2. стратегия сбыта;
3. коммуникационная стратегия;
4. продуктовая стратегия;
5. система организации.

Вопрос 21. Что включает определение каналов, форм и методов доведения гостиничного продукта до потребителя?

1. сбытовая стратегия;
2. организационная стратегия;
3. стратегия цен;
4. коммуникационная стратегия;
5. пропаганда.

Вопрос 22. Что определяет целенаправленную деятельность гостиницы по распространению положительных сведений о себе и своем продукте?

1. пропаганда;
2. реклама;
3. коммуникационная стратегия;
4. информация;
5. продуктовая стратегия.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1 Список источников и литературы⁶

Основные:

Барышева Анна Дмитриевна. Этика и психология делового общения (сфера сервиса) [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. Д. Барышева, Ю. А. Матюхина, Н. Г. Шередер. - Москва : Альфа-М : Инфра-М, 2013. - 256 с. - для учащихся пту и студентов средних специальных учебных заведений. - ISBN 978-5-98281-095-3.

Дополнительная

1. Ефимова С.А. Этикет проведения корпоративных праздников [Электронный ресурс]/ Ефимова С.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2010.— 116 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/892>.— ЭБС «IPRbooks».
2. Картушина И.Г. Профессиональная этика и этикет [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Картушина И.Г.— Электрон. текстовые данные.— Калининград: Российский государственный университет им. Иммануила Канта, 2010.— 178 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/23874>.— ЭБС «IPRbooks».
3. Кузнецов И.Н. Современный этикет [Электронный ресурс]: монография/ Кузнецов И.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 496 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10968>.— ЭБС «IPRbooks».
4. Макаров Б.В. Деловой этикет [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Макаров Б.В., Непогода А.В.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2010.— 209 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1133>.— ЭБС

⁶ Рекомендуется включать в списки издания из ЭБС и не более 15 печатных изданий.

«IPRbooks».

5. Сидоров П.И., Путин М.Е., Коноплева И.А. Деловое общение: Учебник для вузов / Под ред. проф. П.И. Сидорова. – 2-е изд., перераб. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 384 с.

6. Федцов В.Г. Культура ресторанного сервиса [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Федцов В.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 248 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14055>.— ЭБС «IPRbooks».

5.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Волков Г.М. Этика бизнеса: электронный учебник //

<http://www.iqlib.ru/book/preview/39011558F2F141729D3B74507177060D>

Лапина Т.А. Корпоративная культура

Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. URL: <http://www.aup.ru/files/m528/m528.pdf>

<http://www.csr-rspp.ru/> – официальный сайт комитета РСПП по корпоративной социальной ответственности и демографической политике

Fey C.F., Denison D.R. Organizational Culture and Effectiveness: the Case of Foreign Firms of Russia. Working Paper Number 179, December 1998. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.econpapers.org>

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

- Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru/>
- <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации

5.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

6. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. **Kaspersky Endpoint Security**

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global

6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

3. Консультант Плюс
4. Гарант

7. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

8. Методические материалы⁷

8.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий⁸

Тема 1. Профессиональная этика: структура, виды, прикладные аспекты.

Вопросы для обсуждения:

1. Сущность профессиональной этики.
2. Понятие профессиональной этики.
3. Основные принципы профессиональной этики.
4. Профессионализм как нравственная черта личности.

литература

Материально-техническое обеспечение занятия.

Проведение семинарского занятия может сопровождаться демонстрацией презентаций с применением мультимедийного оборудования. Выполнение заданий для самостоятельной работы осуществляется с использованием информационно-справочных систем, электронных библиотек.

Тема 2 Этика и мораль: теоретические проблемы и универсальные принципы.

Вопросы для обсуждения:

1. Взаимосвязь и различие понятий «этики» и «этикета».
2. Правила поведения с точки зрения этики и этикета.
3. Нравственные качества человека.
4. Нравственные требования к общению.
5. Основные элементы делового этикета.
6. Приветствие. Представление. Обращение. Субординация.

⁷ Методические материалы по дисциплине могут входить в состав рабочей программы, либо разрабатываться отдельным документом.

⁸ План занятий строится в соответствии со структурой дисциплины (п.2). Разделы плана включают: название темы, количество часов, форму проведения занятия, его содержание (вопросы для обсуждения, задания, контрольные вопросы, кейсы и т.п.), список литературы. При необходимости, планы практических и лабораторных занятий могут содержать указания по выполнению заданий и требования к материально-техническому обеспечению занятия.

7. Визитные карточки. Деловые подарки и сувениры.

Материально-техническое обеспечение занятия.

Проведение семинарского занятия может сопровождаться демонстрацией презентаций с применением мультимедийного оборудования. Выполнение заданий для самостоятельной работы осуществляется с использованием информационно-справочных систем, электронных библиотек.

Тема 3 Этнокультурные особенности делового этикета.

Вопросы для обсуждения:

1. Невербальные средства общения.
2. Кинесика. Просодика. Такесика. Проксемика
3. Межнациональные различия невербального общения.

Материально-техническое обеспечение занятия.

Проведение семинарского занятия может сопровождаться демонстрацией презентаций с применением мультимедийного оборудования. Выполнение заданий для самостоятельной работы осуществляется с использованием информационно-справочных систем, электронных библиотек.

Тема 4 Особенности этикета в сервисных организациях

Вопросы для обсуждения:

1. Ведение деловой беседы.
2. Этикетные особенности в ведении деловых переговоров.
3. Культура делового общения по телефону.
4. Эпистолярный этикет

Материально-техническое обеспечение занятия.

Проведение семинарского занятия может сопровождаться демонстрацией презентаций с применением мультимедийного оборудования. Выполнение заданий для самостоятельной работы осуществляется с использованием информационно-справочных систем, электронных библиотек.

Семинар 5 Основы корпоративной этики.

Вопросы для обсуждения:

1. Деловой этикет сервисной деятельности.
2. Этические основы сервисной деятельности.
3. Профессионально-служебная этика сервисной деятельности.

4. Основные нормы служебной этики.
5. Недопустимые нормы поведения и личностные качества.
6. Этические нормы в отношениях с коллегами.
7. Служебный этикет работников сервисной сферы.
8. Эстетическая культура работника сервиса

Материально-техническое обеспечение занятия.

Проведение семинарского занятия может сопровождаться демонстрацией презентаций с применением мультимедийного оборудования. Выполнение заданий для самостоятельной работы осуществляется с использованием информационно-справочных систем, электронных библиотек.

Семинар 6 Служебный этикет в сфере гостеприимства

Вопросы для обсуждения:

1. Этика делового общения в сфере гостиничного сервиса.
2. Правила поведения персонала гостиницы.
3. Стиль обслуживания гостей.
4. Стиль обслуживания клиентов в гостинице.
5. Роль гостеприимства в сфере гостиничных услуг.
6. Корпоративный имидж
7. Профессиональная этика работников сферы

8.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ⁹

Требования к написанию доклада

Доклад – это краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы с источниками литературы, их систематизация;
2. Развитие навыков логического мышления;
3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст доклада должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Доклад должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики доклада к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

При оценке доклада используются следующие критерии:

⁹ В раздел включаются требования к подготовке, содержанию, и оформлению письменных работ предусмотренных учебным планом или рабочей программой (курсовая работа, эссе, реферат, доклад и т.п.). При наличии кафедральных или факультетских рекомендаций по подготовке письменных работ раздел включается в РПД по усмотрению преподавателя - составителя. Если письменная работа не предусмотрена, раздел не включается.

1. Новизна реферированного текста: – актуальность проблемы и темы;
 - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;
 - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы: – соответствие плана теме доклада;
 - соответствие содержания теме и плану доклада;
 - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; – обоснованность способов и методов работы с материалом;
 - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал;
 - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Обоснованность выбора источников:
 - круг, полнота использования литературных источников по проблеме;
 - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Соблюдение требований к оформлению:
 - правильное оформление ссылок на используемую литературу;
 - грамотность и культура изложения;
 - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;
 - соблюдение требований к объему доклада;
 - культура оформления: выделение абзацев.
5. Грамотность:
 - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;
 - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых;
 - литературный стиль.

Требования к выполнению тестового задания

Тестирование является одним из основных средств формального контроля качества обучения. Это метод, основанный на стандартизированных заданиях, которые позволяют измерить психофизиологические и личностные характеристики, а также знания, умения и навыки испытуемого.

Тестовый метод контроля качества обучения имеет ряд несомненных преимуществ перед другими педагогическими методами контроля: высокая научная обоснованность теста; технологичность; точность измерений; наличие одинаковых для всех испытуемых правил проведения испытаний и правил интерпретации их результатов; хорошая сочетаемость метода с современными образовательными технологиями.

Основные принципы тестирования следующие:

- связь с целями обучения - цели тестирования должны отвечать критериям социальной полезности и значимости, научной корректности и общественной поддержки;
- объективность - использование в педагогических измерениях этого принципа призвано не допустить субъективизма и предвзятости в процессе этих измерений;
- справедливость и гласность - одинаково доброжелательное отношение ко всем обучающимся, открытость всех этапов процесса измерений, своевременность ознакомления обучающихся с результатами измерений;
- систематичность - систематичность тестирований и самопроверок каждого учебного модуля, раздела и каждой темы; важным аспектом данного принципа является требование репрезентативного представления содержания учебного курса в содержании теста;

– гуманность и этичность - тестовые задания и процедура тестирования должны исключать нанесение какого-либо вреда обучающимся, не допускать ущемления их по национальному, этническому, материальному, расовому, территориальному, культурному и другим признакам;

Важнейшим является принцип, в соответствии с которым тесты должны быть построены по методике, обеспечивающей выполнение требований соответствующего государственного образовательного стандарта. К принципам тестирования примыкают принципы построения тестовых заданий, включающие в себя следующие принципы:

- коллегиальная подготовка тестовых заданий - позволяет существенно уменьшить важнейший недостаток индивидуального контроля знаний – его субъективность.
- централизованное накопление тестовых заданий - составленные и отобранные экспертами тестовые задания должны храниться в базе данных системы тестирования, обрабатываться педагогом по соответствующей дисциплине с целью устранения возможных дублирований заданий.
- унификация инструментальных средств подготовки тестовых заданий - образовательные учреждения должны использовать унифицированное программное обеспечение систем тестирования, инвариантное к предметной области.

Методические аспекты контроля знаний включают:

1. Выбор типов и трудности тестовых заданий («что контролировать?»). Набор тестовых заданий должен соответствовать цели контроля на данном этапе учебного процесса. Так на этапе восприятия, осмысления и запоминания оценивается уровень знаний обучающегося о предметной области и понимания основных положений. Способность обучающегося применять полученные знания для решения конкретных задач, требующих проявления познавательной самостоятельности, оценивается как соответствие требуемым навыкам и/или умениям.

2. Планирование процедуры контроля знаний («когда контролировать?»). Учебный процесс принято рассматривать как распределенный во времени процесс формирования требуемых знаний, навыков и умений. Соответственно этому, выделяют следующие четыре этапа контроля знаний.

1. Исходный (предварительный) контроль. Данный контроль проводится непосредственно перед обучением, имея целью оценить начальный уровень знаний обучающегося и соответственно планировать его обучение.

2. Текущий контроль. Осуществляется в ходе обучения и позволяет определить уровень усвоения обучающимся отдельных разделов учебного материала, а затем на этой основе скорректировать дальнейшее изучение предмета.

3. Рубежный контроль. Проводится по завершении определенного этапа обучения служит цели оценки уровня знаний обучающегося по теме или разделу курса.

Итоговый контроль. Позволяет оценить знания, умения и навыки обучающегося по курсу в целом.

2. Формирование набора адекватных тестовых заданий («как контролировать?»). Используются следующие формы тестовых заданий:

- цепные задания - задания, в которых правильный ответ на последующее задание зависит от ответа на предыдущее задание;
- тематические задания - совокупность тестовых заданий любой формы, разработанных для контроля знаний обучающихся по одной изученной теме. Задания могут быть цепными и тематическими одновременно, если их цепные свойства имеют место в рамках одной темы;
- текстовые задания - совокупность заданий, созданных для контроля знаний обучающихся конкретного учебного текста, текстовые задания удобны для проверки классификационных знаний;
- ситуационные задания - разрабатываются для проверки знаний и умений обучающихся действовать в практических, экстремальных и других ситуациях, а также для

интегрального контроля уровня знаний обучающихся. Каждая из рассмотренных форм тестовых заданий имеет несколько вариантов. Например, возможны задания с выбором одного правильного ответа, с выбором одного наиболее правильного ответа и задания с выбором нескольких правильных ответов. Последний вариант является наиболее предпочтительным.

В тестовых заданиях используются четыре типа вопросов:

- закрытая форма - является наиболее распространенной и предлагает несколько альтернативных ответов на поставленный вопрос. Например, обучающемуся задается вопрос, требующий альтернативного ответа «да» или «нет», «является» или «не является», «относится» или «не относится» и т. п. Тестовое задание, содержащее вопрос в закрытой форме, включает в себя один или несколько правильных ответов и иногда называется выборочным заданием. Закрытая форма вопросов используется также в тестах-задачах с выборочными ответами. В тестовом задании в этом случае сформулированы условие задачи и все необходимые исходные данные, а в ответах представляют несколько вариантов результата решения в числовом или буквенном виде. Обучающийся должен решить задачу и показать, какой из представленных ответов он получил.

- открытая форма - вопрос в открытой форме представляет собой утверждение, которое необходимо дополнить. Данная форма может быть представлена в тестовом задании, например, в виде словесного текста, формулы (уравнения), графика, в которых пропущены существенные составляющие - части слова или буквы, условные обозначения, линии или изображения элементов схемы и, графика. Обучающийся должен по памяти вставить соответствующие элементы в указанные места («пропуски»).

- установление соответствия - в данном случае обучающемуся предлагают два списка, между элементами которых следует установить соответствие;

- установление последовательности - предполагает необходимость установить правильную последовательность предлагаемого списка слов или фраз.

8.3 Иные материалы¹⁰

Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов по дисциплине

Самостоятельная работа студентов (СРС) под руководством преподавателя является составной частью «самостоятельная работа студентов», принятого в высшей школе. СРС под руководством преподавателя представляет собой вид занятий, в ходе которых студент, руководствуясь методической и специальной литературой, а также указаниями преподавателя, самостоятельно выполняет учебное задание, приобретая и совершенствуя при этом знания, умения и навыки практической деятельности. При этом взаимодействие студента и преподавателя приобретает вид сотрудничества: студент получает непосредственные указания преподавателя об организации своей самостоятельной деятельности, а преподаватель выполняет функцию руководства через консультации и контроль.

Познавательная деятельность студентов при выполнении самостоятельных работ данного вида заключается в накоплении нового для них опыта деятельности на базе усвоенного ранее формализованного опыта (опыта действий по известному алгоритму) путем осуществления переноса знаний, умений и навыков. Суть заданий работ этого вида сводится к поиску, формулированию и реализации идей решения. Это выходит за пределы прошлого формализованного опыта и в реальном процессе мышления требует от обучаемых варьирования условий задания и усвоенной ранее учебной информации, рассмотрения ее под новым углом зрения. В связи с этим самостоятельная работа данного вида должна выдвигать требования анализа незнакомых студентом ситуаций и генерирования новой информации для выполнения

¹⁰ Раздел содержит материалы, необходимые для изучения дисциплины (*модуля*): методические рекомендации обучающимся по освоению дисциплины (*модуля*), рабочую тетрадь студента, сценарии деловых игр, набор кейсов, упражнения, задания для самостоятельной работы, хронологические таблицы и т.п. Раздел включается в РПД по усмотрению преподавателя.

задания. В практике вузовского обучения в качестве самостоятельной работы чаще всего используются домашние задания, отдельные этапы лабораторных и семинарско-практических занятий

Методические рекомендации по подготовке к семинарским занятиям

Студент должен четко уяснить, что именно с лекции начинается его подготовка к практическому занятию. Вместе с тем, лекция лишь организует мыслительную деятельность, но не обеспечивает глубину усвоения программного материала.

При подготовке к семинару можно выделить 2 этапа:

1-й - организационный,

2-й - закрепление и углубление теоретических знаний. На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к семинару рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале семинара студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные явления и факты. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для решения практических задач.

Методические рекомендации по подготовке электронной презентации

Распределение тем презентации между студентами и консультирование обучаемых по выполнению письменной работы осуществляется также как и по реферату.

Приступая к подготовке письменной работы в виде электронной презентации необходимо исходить из целей презентации и условий ее прочтения, как правило, такую работу обучаемые представляют преподавателю на проверку по электронной почте, что исключает возможность дополнительных комментариев и пояснений к представленному материалу.

По согласованию с преподавателем, материалы презентации студент может представить на CD/DVD-диске (USB флэш-диске).

Электронные презентации выполняются в программе MS PowerPoint в виде слайдов в следующем порядке:

- титульный лист с заголовком темы и автором исполнения презентации;
- план презентации (5-6 пунктов - это максимум);
- основная часть (не более 10 слайдов);

- заключение (вывод);

Общие требования к стилевому оформлению презентации:

- дизайн должен быть простым и лаконичным;
- основная цель - читаемость, а не субъективная красота. При этом не надо впадать в другую крайность и писать на белых листах черными буквами - не у всех это получается стильно;
- цветовая гамма должна состоять не более чем из двух-трех цветов;
- всегда должно быть два типа слайдов: для титульных, планов и т.п. и для основного текста;
- размер шрифта должен быть: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);
- текст должен быть свернут до ключевых слов и фраз. Полные развернутые предложения на слайдах таких презентаций используются только при цитировании. При необходимости, в поле «Заметки к слайдам» можно привести краткие комментарии или пояснения.
- каждый слайд должен иметь заголовок;
- все слайды должны быть выдержаны в одном стиле;
- на каждом слайде должно быть не более трех иллюстраций;
- слайды должны быть пронумерованы с указанием общего количества слайдов;
- использовать встроенные эффекты анимации можно только, когда без этого не обойтись. Обычно анимация используется для привлечения внимания слушателей (например, последовательное появление элементов диаграммы).
- списки на слайдах не должны включать более 5-7 элементов. Если элементов списка все-таки больше, их лучше расположить в две колонки. В таблицах не должно быть более четырех строк и четырех столбцов - в противном случае данные в таблице будут очень мелкими и трудно различимыми.

**Приложение 1. Аннотация
рабочей программы дисциплины**

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: актуализировать у студентов познавательную и духовную потребность понимать человека иной (и, конечно же, своей) ментальности, «вживаясь» в его социальный и культурный опыт и понимая смысловое поле повседневной жизни разных эпох, а также "вооружить" эту потребность необходимым для ее реализации гуманитарным инструментарием.

Задачи дисциплины:

- изучение принципов, составляющих основу этики деловых отношений и делового этикета;
- знание профессионально-этических норм и стандартов профессионального общения;
- знание этических норм и стандартов, применяемых при написании деловых писем;
- знание основных правил этикета приветствий и представлений, требований к внешнему облику делового человека, особенностям делового общения с иностранными партнерами;
- умение внедрять этические принципы и нормы в практику деловых отношений.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- этику сферы сервиса и услуг;
- этику партнерских отношений;
- эстетику обслуживания;
- профессиональную этику и этикет;

уметь:

- соблюдать требования профессиональной этики и современного этикета;
- демонстрировать уважение к людям, толерантность к другой культуре, готовность к поддержанию партнерских отношений;

владеть:

- основами профессиональной этики и этикета;
- способностью к социальному взаимодействию на основе принятых моральных норм, социальных стандартов