МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени И.Т. ТРУБИЛИНА»

Институт цифровой экономики и инноваций
Вшэ / итмо/сетевые программы

КубГАУ
Документ подписан простой электронной подписью
СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП
Сертификат: 2a00000b1b84c97121827c8386000200000b1b
Владелец: Семидоцкий Виктор Александрович
Действителен от 03-09-2021 до 24-05-2026

УТВЕРЖДЕНО
Директор
Семидоцкий В.А.
Протокол от 04.05.2026 № 24

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ЭКСКУРСИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль)подготовки: Умный туризм и развитие территорий

Квалификация (степень) выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: 4 года

Объем: в зачетных единицах: 2 з.е.
в академических часах: 72 ак.ч.

2026

Разработчики:

Директор института, институт цифровой экономики и инноваций Семидоцкий В.А.

Доцент, кафедра цифровой экономики Романец И.И.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 954, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Бизнес-аналитик", утвержден приказом Минтруда России от 22.11.2023 № 821н; "Экономист предприятия", утвержден приказом Минтруда России от 30.03.2021 № 161н; "Маркетолог", утвержден приказом Минтруда России от 08.11.2023 № 790н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт цифровой экономики и инноваций	Председатель методической комиссии/совета	Семидоцкий В.А.	Согласовано	04.05.2026, № 10
2	Цифровой экономики	Руководитель образовательной программы	Романец И.И.	Согласовано	04.05.2026, № 24

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - Формирование у обучающихся системы теоретических знаний и практических компетенций в области организации и проведения экскурсионной деятельности, необходимых для создания конкурентоспособного туристского продукта и удовлетворения культурно-познавательных потребностей различных категорий экскурсантов.

Задачи изучения дисциплины:

- Изучить историю, сущность, классификацию и нормативно-правовую базу экскурсионной деятельности, а также основные принципы экскурсионной методики и психологии восприятия.;
- Сформировать практические навыки публичного выступления, владения аудиторией, применения техники «золотого часа», работы с вопросами, а также использования интерактивных и мультимедийных средств в ходе ведения экскурсии.;
- Освоить технологию создания нового экскурсионного продукта — от формирования маршрута, написания контрольного текста и «портфеля экскурсовода» до расчета стоимости и продвижения услуги.;
- Развить умение оценивать качество экскурсионного обслуживания, проводить анализ рынка экскурсионных услуг, выявлять потребности клиентов и адаптировать экскурсионный материал для различных возрастных и профессиональных групп (дети, иностранцы, профильные специалисты)..

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-П2 Способен проводить маркетинговые исследования и разрабатывать стратегии продвижения туристских дестинаций и услуг гостеприимства на основе анализа потребительского опыта и впечатлений

ПК-П2.1 Проводит сбор и анализ маркетинговой информации (опросы, CJM)

Знать:

ПК-П2.1/Зн1 Методы сбора и анализа маркетинговой информации о туристских предпочтениях (опросы, фокус-группы, анализ отзывов)

Уметь:

ПК-П2.1/Ум1 Сегментировать туристский рынок и позиционировать дестинацию на основе ценностных предложений впечатлений

Владеть:

ПК-П2.1/Нв1 Техниками анализа потребительского опыта (CJM – карта пути клиента) для туристских услуг

ПК-П2.2 Разрабатывает стратегию продвижения дестинации с учётом эмоциональных триггеров

Знать:

ПК-П2.2/Зн1 Инструменты цифрового маркетинга в туризме (SMM, контекстная реклама, таргетинг по геолокации)

Уметь:

ПК-П2.2/Ум1 Разрабатывать маркетинговую стратегию продвижения территории с учётом эмоциональных триггеров (эффект впечатлений)

Владеть:

ПК-П2.2/Нв1 Методами оценки ROI маркетинговых активностей в туризме и гостеприимстве

ПК-П2.3 Оценивает ROI маркетинга и формирует меры по повышению лояльности

Знать:

ПК-П2.3/Зн1 Психологические основы формирования лояльности и потребительской приверженности в креативных индустриях

Уметь:

ПК-П2.3/Ум1 Проводить бенчмаркинг конкурентных дестинаций по критерию «стоимость – качество впечатлений»

Владеть:

ПК-П2.3/Нв1 Навыками создания и тестирования гипотез для повышения повторных продаж туристских услуг

ПК-П4 Способен организовывать логистику, туроперейтинг и гостиничную деятельность, рассчитывая операционные и финансовые показатели предприятий туризма

ПК-П4.1 Оптимизирует маршруты и логистические цепочки

Знать:

ПК-П4.1/Зн1 Основы логистики туристских потоков и цепочек поставок в гостеприимстве

Уметь:

ПК-П4.1/Ум1 Оптимизировать маршруты и графики заездов туристов для минимизации операционных затрат

Владеть:

ПК-П4.1/Нв1 Методами расчёта логистических издержек на единицу турпродукта

ПК-П4.2 Калькулирует цену турпродукта и составляет операционные бюджеты

Знать:

ПК-П4.2/Зн1 Технологию формирования туристского пакета (туроперейтинг) и структуру себестоимости тура

Уметь:

ПК-П4.2/Ум1 Калькулировать цену турпродукта с учётом комиссионных, наценок и сезонных коэффициентов

Владеть:

ПК-П4.2/Нв1 Приёмами операционного менеджмента в гостиничной деятельности (расчёт RevPAR, ADR, загрузки номерного фонда)

ПК-П4.3 Рассчитывает RevPAR, ADR и применяет управление доходами

Знать:

ПК-П4.3/Зн1 Экономику предприятий общественного питания при гостиницах и туристских комплексах

Уметь:

ПК-П4.3/Ум1 Составлять операционные бюджеты для экскурсионных бюро, туроператоров и объектов размещения

Владеть:

ПК-П4.3/Нв1 Инструментами управления доходностью в туризме и гостеприимстве

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Экскурсионная деятельность» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 6.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Внеаудиторная контактная работа (часы)	Зачет (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Шестой семестр	72	2	25	1		12	12	47	Зачет
Всего	72	2	25	1		12	12	47	

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Внеаудиторная контактная работа	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соотнесенные с результатами освоения программы
Раздел 1. Маркетинговый анализ и продвижение экскурсионных услуг	**24**		**4**	**4**	**16**	ПК-П2.1 ПК-П2.2
Тема 1.1. Инструменты сбора и анализа маркетинговой информации в экскурсионном бизнесе	12		2	2	8	
Тема 1.2. Эмоциональный маркетинг и стратегии продвижения дестинаций	12		2	2	8	
Раздел 2. Финансовое моделирование и управление доходами в экскурсионной деятельности	**24**		**4**	**4**	**16**	ПК-П4.2 ПК-П4.3
Тема 2.1. Финансовое моделирование и управление доходами в экскурсионной деятельности	12		2	2	8	

Тема 2.2. Revenue Management и ключевые показатели эффективности (RevPAR, ADR)	12		2	2	8	
Раздел 3. Операционная эффективность и управление качеством	**24**	**1**	**4**	**4**	**15**	ПК-П2.3 ПК-П4.1
Тема 3.1. Логистика и оптимизация экскурсионных маршрутов	12		2	2	8	
Тема 3.2. Оценка ROI маркетинга и управление лояльностью экскурсантов	12	1	2	2	7	
Итого	**72**	**1**	**12**	**12**	**47**	

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Маркетинговый анализ и продвижение экскурсионных услуг
(Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 16ч.)

Тема 1.1. Инструменты сбора и анализа маркетинговой информации в экскурсионном бизнесе
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)
Виды маркетинговых исследований (качественные и количественные). Разработка анкет и проведение опросов среди экскурсантов. Построение карты клиентского пути (CJM) для разных сегментов: от поиска информации до пост-впечатления. Анализ точек контакта и «болевых зон». Использование digital-инструментов (Google Forms, Яндекс.Взгляд, соцсети) для сбора обратной связи. Обработка и визуализация полученных данных для принятия управленческих решений.

Тема 1.2. Эмоциональный маркетинг и стратегии продвижения дестинаций
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)
Понятие эмоциональных триггеров (радость, удивление, ностальгия, безопасность, принадлежность) и их применение в описании экскурсий и рекламных материалах. Разработка имиджевых стратегий для территории (дестинации) на основе её уникальных культурно-исторических особенностей. Создание контент-планов и сценариев сторителлинга. Примеры успешных кампаний по продвижению регионов и экскурсионных брендов. Оценка эффективности рекламных сообщений через A/B-тестирование.

Раздел 2. Финансовое моделирование и управление доходами в экскурсионной деятельности
(Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 16ч.)

Тема 2.1. Финансовое моделирование и управление доходами в экскурсионной деятельности
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)
Структура затрат на экскурсию: постоянные (аренда, зарплата гидов, амортизация) и переменные (транспорт, питание, входные билеты, страховка). Методы ценообразования: затратный, рыночный, ценностной. Расчёт точки безубыточности и маржинальности. Составление операционного бюджета на сезон/проект. Учёт сезонных колебаний и скидочных политик. Практические кейсы по оптимизации затрат без потери качества.

Тема 2.2. Revenue Management и ключевые показатели эффективности (RevPAR, ADR)
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)

Адаптация гостиничных метрик к экскурсионному бизнесу: расчет дохода на одно место/маршрут (аналог RevPAR) и средней цены проданного билета (ADR). Принципы динамического ценообразования в зависимости от спроса, времени бронирования, погоды, дня недели. Прогнозирование спроса с использованием исторических данных. Стратегии yield-менеджмента для групповых и индивидуальных туристов. Примеры внедрения систем управления доходами в музеях и туроператорах.

Раздел 3. Операционная эффективность и управление качеством
(Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 4ч.; Практические занятия - 4ч.; Самостоятельная работа - 15ч.)

Тема 3.1. Логистика и оптимизация экскурсионных маршрутов
(Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 8ч.)

Принципы построения рациональных маршрутов с учётом времени передвижения, часов работы объектов, пиковых нагрузок и физических возможностей групп. Расчёт оптимального времени на каждом объекте (техника «золотого часа»). Минимизация простоев и дублирующих переходов. Использование геоинформационных систем (ГИС) и мобильных приложений для планирования. Координация с транспортными компаниями и внешними подрядчиками. Кейсы по сокращению логистических издержек.

Тема 3.2. Оценка ROI маркетинга и управление лояльностью экскурсантов
(Внеаудиторная контактная работа - 1ч.; Лекционные занятия - 2ч.; Практические занятия - 2ч.; Самостоятельная работа - 7ч.)

Методики расчёта возврата инвестиций в маркетинговые активности (ROI) для конкретных экскурсионных проектов. Анализ соотношения затрат на привлечение клиента (CAC) и его пожизненной ценности (LTV). Разработка программ лояльности: накопительные скидки, бонусы за отзывы, клубные карты, спецпредложения для повторных посетителей. Использование CRM-систем для персонализации предложений. Мониторинг удовлетворённости (NPS, CSI) и формирование корректирующих мер для повышения лояльности и повторных продаж.

6. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Маркетинговый анализ и продвижение экскурсионных услуг

Форма контроля/оценочное средство: Тестирование

Вопросы/Задания:

1. Какой из перечисленных методов относится к качественным маркетинговым исследованиям в экскурсионной деятельности?

А) Массовый онлайн-опрос с закрытыми вопросами
Б) Глубинное интервью с постоянными клиентами
В) Анализ статистики продаж за прошлый год
Г) Расчёт среднего чека

2. Что отражает карта клиентского пути (CJM) в экскурсионном бизнесе?

А) Финансовые потоки между подрядчиками
Б) Последовательность этапов взаимодействия клиента с услугой от поиска до пост-впечатления
В) Географическую карту экскурсионного маршрута
Г) Структуру организационной иерархии турфирмы

3. Какой эмоциональный триггер наиболее эффективен при продвижении экскурсии по историческому центру города для пожилой аудитории?

А) Чувство страха перед неизвестностью
Б) Ностальгия и воспоминания о молодости
В) Желание острых ощущений
Г) Зависть к другим туристам

4. При построении CJM для экскурсии «Мистический Петербург» в качестве точки «боли» может быть выявлено:

А) Слишком низкая цена билета

Б) Сложность поиска места сбора из-за отсутствия навигации в приложении

В) Большое количество положительных отзывов

Г) Наличие сувенирной лавки на маршрут

5. Что из перечисленного относится к первичной маркетинговой информации для экскурсионного бюро?

А) Отчёты Росстата о туризме в регионе

Б) Данные о продажах конкурентов из открытых источников

В) Результаты анкетирования участников экскурсии на выходе

Г) Публикации в СМИ о популярных туристических направлениях

6. Какой показатель лучше всего позволяет оценить лояльность экскурсантов и вероятность рекомендации?

А) Количество проданных билетов в день

Б) NPS (Net Promoter Score) — индекс потребительской лояльности

В) Средняя продолжительность экскурсии

Г) Общая выручка за месяц

7. При разработке стратегии продвижения дестинации с использованием эмоциональных триггеров, какой подход является наиболее корректным?

А) Использование одних и тех же триггеров для всех целевых групп

Б) Дифференциация триггеров в зависимости от психографического профиля сегмента

В) Отказ от эмоций в пользу исключительно рациональных аргументов (цена, скидки)

Г) Использование только негативных эмоций для привлечения внимания

8. Какая информация является ключевой при создании УТП (уникального торгового предложения) экскурсии?

А) Количество конкурентов в городе

Б) Интересы и неудовлетворённые потребности целевой аудитории

В) Максимально возможная скидка для групп

Г) Цвет логотипа компании

9. Для сбора обратной связи о качестве экскурсии наиболее целесообразно использовать:

А) Краткий QR-опрос в конце маршрута с просьбой оценить каждый объект

Б) Ежемесячный отчёт бухгалтера о доходах

В) Мониторинг жалоб в социальных сетях без систематизации

Г) Анкету с открытыми вопросами, заполняемую через неделю после экскурсии

10. Какое действие относится к этапу «пост-экскурсионное обслуживание» в рамках CJM?

А) Отправка клиенту персонализированного благодарственного письма с фотографиями с маршрута

Б) Размещение рекламы в поисковиках

В) Подготовка экскурсовода к выходу на маршрут

Г) Формирование групп по заявкам

Раздел 2. Финансовое моделирование и управление доходами в экскурсионной деятельности

Форма контроля/оценочное средство: Задача

Вопросы/Задания:

1. Определите минимальную цену продажи одной экскурсии для группы из 15 человек, чтобы обеспечить рентабельность 25% (от полной себестоимости), и рассчитайте точку безубыточности (количество групп) за месяц, если постоянные расходы составляют 90 000 руб./мес.

Оплата гида – 4 500 руб.;

аренда наушников (аудиогид) – 1 200 руб.;

входные билеты в музеи на маршруте – 600 руб. на каждого экскурсанта;
раздаточные материалы (карты, схемы) – 150 руб. на человека;
транспортные расходы (микроавтобус для трансфера к старту) – 3 000 руб. на группу.
Постоянные ежемесячные затраты (аренда офиса, связь, амортизация, зарплата менеджера) – 90 000 руб.

2. Рассчитайте показатель «доход на одно место» (аналог RevPAR) и среднюю цену билета (ADR) для экскурсионного автобусного тура. Оцените эффект от внедрения динамического ценообразования: как изменится выручка, если в пиковые дни поднять цену на 20%, а в низкий сезон снизить на 15%?

Компания «Экскурс-Тур» проводит ежедневную автобусную экскурсию «Золотое кольцо за один день». Автобус вмещает 40 мест.
В прошлом месяце (30 дней) экскурсия проводилась каждый день. Статистика:
В будние дни (22 дня) средняя заполняемость составляла 70%, цена билета – 2 500 руб.
В выходные и праздничные дни (8 дней) заполняемость – 95%, цена билета – 2 800 руб.
Планируется внедрить динамическое ценообразование:
В пиковые дни (выходные) цену повысить на 20% (с 2 800 до 3 360 руб.), при этом ожидается, что заполняемость не изменится (95%).
В будние дни цену снизить на 15% (с 2 500 до 2 125 руб.), ожидается рост заполняемости до 85%.

Раздел 3. Операционная эффективность и управление качеством

Форма контроля/оценочное средство: Кейс-задание

Вопросы/Задания:

1. Разработайте оптимальный график проведения трёх экскурсионных маршрутов на одной территории, минимизирующий простои, перепробег автотранспорта и ожидание групп. Предложите новую логистическую схему, рассчитайте экономию времени и операционных затрат.

Автобусы подаются отдельно под каждый маршрут (3 автобуса работают независимо).
Общий простой транспорта между сеансами составляет в среднем 45 минут на автобус.
Из-за совпадения времени посещения Музея (пик – с 11:00 до 12:00) группы маршрутов А и В пересекаются, что приводит к ожиданию в очереди по 20 минут на каждую группу.
Общие логистические затраты за месяц (ГСМ, амортизация, зарплата водителей) – 420 000 руб. при текущем графике.
Время работы парка – с 9:00 до 18:00.

2. Оцените рентабельность инвестиций в две маркетинговые кампании, проведённые для увеличения продаж экскурсий. На основе расчётов предложите меры по повышению лояльности клиентов, которые могут улучшить пожизненную ценность (LTV) и снизить стоимость привлечения.

Бюджет – 150 000 руб.
Охват – 120 000 человек.
Количество переходов на сайт – 4 800.
Конверсия в покупку – 3, 5% от переходов.
Средний чек на одного нового клиента – 2 800 руб.
Доля новых клиентов, совершивших повторную покупку в течение квартала – 12% (средний чек повторной покупки – 2 500 руб.).
Операционные расходы на обслуживание всех новых клиентов (включая гидов, бронирование и т.п.) – 180 руб. на одну покупку (и на первую, и на повторную).
Кампания В (контекстная реклама в поисковиках):
Бюджет – 200 000 руб.
Охват – 80 000 показов.
Переходы – 6 000.
Конверсия – 2, 8%.
Средний чек – 3 200 руб.
Доля повторных покупок – 18% (средний чек повторной – 2 900 руб.).

Операционные расходы на покупку – 200 руб. на каждую продажу.

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Шестой семестр, Зачет
Контролируемые ИДК: ПК-П2.1 ПК-П4.1 ПК-П2.2 ПК-П4.2 ПК-П2.3 ПК-П4.3
Вопросы/Задания:

1. Разработайте алгоритм создания и вывода на рынок новой экскурсионной программы для дестинации с низкой туристской узнаваемостью. Опишите последовательные шаги от сбора маркетинговой информации до внедрения системы управления качеством. На каждом этапе укажите:
какие инструменты анализа и методы сбора данных вы применяете;
как определяете цену и прогнозируете доходность;
какие логистические и операционные решения принимаете;
как будете оценивать эффективность и корректировать продукт после запуска

2. Вы – руководитель отдела развития регионального туристского центра. Администрация города выделила бюджет 500 000 руб. на проведение серии из 5 авторских пешеходных экскурсий, направленных на привлечение туристов из соседних регионов в межсезонье.
Известно:
Город малый (население 50 тыс.), имеются 3 музея, исторический квартал, набережная.
Ближайшие конкуренты – два частных бюро, предлагающих аналогичные маршруты по 1 200–1 500 руб./чел.
Целевая аудитория – семьи с детьми и пары 25–40 лет.
Время на реализацию – 3 месяца с момента утверждения.
Требуется:
Предложите стратегию продвижения экскурсий с учётом эмоциональных триггеров для указанных сегментов и ограниченного бюджета.
Рассчитайте минимальное количество участников, необходимое для окупаемости каждой экскурсии, если переменные затраты на группу составляют 8 000 руб. (гид, раздатка, страховка), а постоянные ра

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства : учебное пособие / И. С. Барчуков, Ю. Б. Башин, А. В. Зайцев, Л. В. Баумгартен ; под общ. ред. проф. Ю. Б. Башина. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2022. — 204 с. - ISBN 978-5-9558-0209-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1830693 (дата обращения: 21.06.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Музейные термины и понятия смежных с музееведением дисциплин: учебный словарь для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 51.03.04 «музеология и охрана объектов культурного и природного наследия», 51.04.04 «музеология и охрана объектов культурного и природного наследия», профили: «культурный туризм и экскурсионная деятельность», «проектно-инновационная деятельность в сфере культурно-познавательного туризма», квалификация (степень) выпускников «бакалавр», «магистр» / П. В. Абрамова,, Ю. Ю. Гизей,, Т. И. Кимеева, [и др.]; под редакцией Т. И. Кимеевой. - Музейные термины и понятия смежных с музееведением дисциплин - Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2024. - 184 c. - 978-5-8154-0710-7. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/148128.html (дата обращения: 08.10.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Баранов, А.С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма: Учебник / А.С. Баранов, И. А. Бисько; Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена.; Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена. - 1 - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 383 с. - 978-5-16-103498-9. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/cover/2086/2086804.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

4. Кимеева,, Т. И. Комплектование, учет и хранение музейных фондов: учебное пособие для студентов бакалавриата по направлению подготовки 51.03.04 «музеология и охрана объектов культурного и природного наследия», профиль подготовки «культурный туризм и экскурсионная деятельность» / Т. И. Кимеева,. - Комплектование, учет и хранение музейных фондов - Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2022. - 140 c. - 978-5-8154-0637-7. - Текст: электронный // IPR SMART: [сайт]. - URL: https://www.iprbookshop.ru/127823.html (дата обращения: 08.10.2025). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Баранов, А. С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма : учебник / А.С. Баранов, И.А. Бисько ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 383 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013931-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2157600 (дата обращения: 21.06.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Баранов, А. С. Информационно-экскурсионная деятельность на предприятиях туризма : учебник / А.С. Баранов, И.А. Бисько ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 383 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-013931-9. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2237135 (дата обращения: 21.06.2026). – Режим доступа: по подписке.

3. Экскурсионная деятельность в индустрии гостеприимства: Учебное пособие / И. С. Барчуков, Ю.Б. Башин, А.В. Зайцев, Л.В. Баумгартен.; Московский государственный лингвистический университет. - 1 - Москва: Вузовский учебник, 2025. - 204 с. - 978-5-16-016164-8. - Текст: электронный // Общество с ограниченной ответственностью «ЗНАНИУМ»: [сайт]. - URL: https://znanium.ru/cover/2198/2198344.jpg (дата обращения: 08.09.2025). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

Не используются.

Ресурсы «Интернет»

1. https://www.elibrary.ru/ - Научная электронная библиотека

2. https://edu.kubsau.ru/ - Образовательный портал КубГАУ*

3. https://znanium.com/ - Znanium.com*

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения
(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

9. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

Учебная работа по направлению подготовки осуществляется в форме контактной работы с преподавателем, самостоятельной работы обучающегося, текущей и промежуточной аттестаций, иных формах, предлагаемых университетом. Учебный материал дисциплины структурирован и его изучение производится в тематической последовательности. Содержание методических указаний должно соответствовать требованиям Федерального государственного образовательного стандарта и учебных программ по дисциплине. Самостоятельная работа студентов может быть выполнена с помощью материалов, размещенных на портале поддержки Moodl.

Методические указания по формам работы

Лекционные занятия
Передача значительного объема систематизированной информации в устной форме достаточно большой аудитории. Дает возможность экономно и систематично излагать учебный материал. Обучающиеся изучают лекционный материал, размещенный на портале поддержки обучения Moodl.

Практические занятия
Форма организации обучения, проводимая под руководством преподавателя и служащая для детализации, анализа, расширения, углубления, закрепления, применения (или выполнения разнообразных практических работ, упражнений) и контроля усвоения полученной на лекциях учебной информации. Практические занятия проводятся с использованием учебно-методических изданий, размещенных на образовательном портале университета.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами
Для инвалидов и лиц с ОВЗ может изменяться объём дисциплины (модуля) в часах, выделенных на контактную работу обучающегося с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающегося (при этом не увеличивается количество зачётных единиц, выделенных на освоение дисциплины).
Фонды оценочных средств адаптируются к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающимися.

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа.
Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением зрения:
– устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
– с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.;
– при возможности письменная проверка с использованием рельефно-точечной системы Брайля, увеличенного шрифта, использование специальных технических средств (тифлотехнических средств): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, отчеты и др.
Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением слуха:
– письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
– с использованием компьютера: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.;
– при возможности устная проверка с использованием специальных технических средств (аудиосредств, средств коммуникации, звукоусиливающей аппаратуры и др.): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.
Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ с нарушением опорно-двигательного аппарата:
– письменная проверка с использованием специальных технических средств (альтернативных средств ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;
– устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;
– с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.
Адаптация процедуры проведения промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ.
В ходе проведения промежуточной аттестации предусмотрено:
– предъявление обучающимся печатных и (или) электронных материалов в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
– возможность пользоваться индивидуальными устройствами и средствами, позволяющими адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом их индивидуальных особенностей;
– увеличение продолжительности проведения аттестации;
– возможность присутствия ассистента и оказания им необходимой помощи (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем).
Формы промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ОВЗ должны учитывать индивидуальные и психофизические особенности обучающегося/обучающихся по АОПОП ВО (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями зрения:
– предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить плоскопечатную информацию в аудиальную или тактильную форму;
– возможность использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие адаптировать материалы, осуществлять приём и передачу информации с учетом индивидуальных особенностей и состояния здоровья студента;
– предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной

дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
– использование чёткого и увеличенного по размеру шрифта и графических объектов в мультимедийных презентациях;
– использование инструментов «лупа», «прожектор» при работе с интерактивной доской;
– озвучивание визуальной информации, представленной обучающимся в ходе занятий;
– обеспечение раздаточным материалом, дублирующим информацию, выводимую на экран;
– наличие подписей и описания у всех используемых в процессе обучения рисунков и иных графических объектов, что даёт возможность перевести письменный текст в аудиальный;
– обеспечение особого речевого режима преподавания: лекции читаются громко, разборчиво, отчётливо, с паузами между смысловыми блоками информации, обеспечивается интонирование, повторение, акцентирование, профилактика рассеивания внимания;
– минимизация внешнего шума и обеспечение спокойной аудиальной обстановки;
– возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, на ноутбуке, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
– увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, апелляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания и др.) на практических и лабораторных занятиях;
– минимизирование заданий, требующих активного использования зрительной памяти и зрительного внимания;
– применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы.
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями опорно-двигательного аппарата (маломобильные студенты, студенты, имеющие трудности передвижения и патологию верхних конечностей):
– возможность использовать специальное программное обеспечение и специальное оборудование и позволяющее компенсировать двигательное нарушение (коляски, ходунки, трости и др.);
– предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
– применение дополнительных средств активизации процессов запоминания и повторения;
– опора на определенные и точные понятия;
– использование для иллюстрации конкретных примеров;
– применение вопросов для мониторинга понимания;
– разделение изучаемого материала на небольшие логические блоки;
– увеличение доли конкретного материала и соблюдение принципа от простого к сложному при объяснении материала;
– наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
– увеличение доли методов социальной стимуляции (обращение внимания, аппеляция к ограничениям по времени, контактные виды работ, групповые задания др.);
– обеспечение беспрепятственного доступа в помещения, а также пребывания них;
– наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие обеспечить реализацию эргономических принципов и комфортное пребывание на месте в течение всего периода учёбы (подставки, специальные подушки и др.).
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с нарушениями слуха (глухие, слабослышащие, позднооглохшие):
– предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате, позволяющем переводить аудиальную форму лекции в плоскопечатную информацию;
– наличие возможности использовать индивидуальные звукоусиливающие устройства и сурдотехнические средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации; осуществлять взаимообратный перевод текстовых и аудиофайлов (блокнот для речевого ввода), а также запись и воспроизведение зрительной информации;
– наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его

схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
– наличие наглядного сопровождения изучаемого материала (структурно-логические схемы, таблицы, графики, концентрирующие и обобщающие информацию, опорные конспекты, раздаточный материал);
– наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
– обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
– особый речевой режим работы (отказ от длинных фраз и сложных предложений, хорошая артикуляция; четкость изложения, отсутствие лишних слов; повторение фраз без изменения слов и порядка их следования; обеспечение зрительного контакта во время говорения и чуть более медленного темпа речи, использование естественных жестов и мимики);
– чёткое соблюдение алгоритма занятия и заданий для самостоятельной работы (называние темы, постановка цели, сообщение и запись плана, выделение основных понятий и методов их изучения, указание видов деятельности студентов и способов проверки усвоения материала, словарная работа);
– соблюдение требований к предъявляемым учебным текстам (разбивка текста на час¬ти; выделение опорных смысловых пунктов; использование наглядных средств);
– минимизация внешних шумов;
– предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
– сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего).
Специальные условия, обеспечиваемые в процессе преподавания дисциплины студентам с прочими видами нарушений (ДЦП с нарушениями речи, заболевания эндокринной, центральной нервной и сердечно-сосудистой систем, онкологические заболевания):
– наличие возможности использовать индивидуальные устройства и средства, позволяющие осуществлять приём и передачу информации;
– наличие системы заданий, обеспечивающих систематизацию вербального материала, его схематизацию, перевод в таблицы, схемы, опорные тексты, глоссарий;
– наличие наглядного сопровождения изучаемого материала;
– наличие чёткой системы и алгоритма организации самостоятельных работ и проверки заданий с обязательной корректировкой и комментариями;
– обеспечение практики опережающего чтения, когда студенты заранее знакомятся с материалом и выделяют незнакомые и непонятные слова и фрагменты;
– предоставление возможности соотносить вербальный и графический материал; комплексное использование письменных и устных средств коммуникации при работе в группе;
– сочетание на занятиях всех видов речевой деятельности (говорения, слушания, чтения, письма, зрительного восприятия с лица говорящего);
– предоставление образовательного контента в текстовом электронном формате;
– предоставление возможности предкурсового ознакомления с содержанием учебной дисциплины и материалом по курсу за счёт размещения информации на корпоративном образовательном портале;
– возможность вести запись учебной информации студентами в удобной для них форме (аудиально, аудиовизуально, в виде пометок в заранее подготовленном тексте);
– применение поэтапной системы контроля, более частый контроль выполнения заданий для самостоятельной работы;
– стимулирование выработки у студентов навыков самоорганизации и самоконтроля;
– наличие пауз для отдыха и смены видов деятельности по ходу занятия.

10. Методические рекомендации по освоению дисциплины (модуля)