

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
"Амурский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и научной
работе

Лейфа А.В. Лейфа

9 апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
«ЭКОНОМИКА МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА»

Направление подготовки 43.04.02 Туризм

Направленность (профиль) образовательной программы – Международный туризм

Квалификация выпускника – Магистр

Год набора – 2024

Форма обучения – Очная

Курс 1 Семестр 1

Экзамен 1 сем

Общая трудоемкость дисциплины 144.0 (академ. час), 4.00 (з.е)

Составитель В.В. Ульянова, доцент, канд. пед. наук

Факультет международных отношений

Кафедра международного бизнеса и туризма

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта ВО для направления подготовки 43.04.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.06.17 № 556

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры международного бизнеса и туризма

01.02.2024 г., протокол № 6

Заведующий кафедрой Ульянова В.В. Ульянова

СОГЛАСОВАНО

Учебно-методическое управление

Чалкина Н.А. Чалкина

9 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Выпускающая кафедра

Ульянова В.В. Ульянова

9 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Научная библиотека

Петрович О.В. Петрович

9 апреля 2024 г.

СОГЛАСОВАНО

Центр цифровой трансформации и
технического обеспечения

Тодосейчук А.А. Тодосейчук

9 апреля 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

Формирование специальных знаний в области экономики международного туризма, в области управления туристскими проектами и экономической деятельностью туристической фирмы в условиях рыночной экономики, а также формирование системного подхода к анализу основных показателей деятельности туристских фирм и формированию стратегий развития.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний закономерностей развития сферы туристической индустрии в экономике страны и региона, туристской организации, ее ресурсного обеспечения;
- освоение учащимися методов оценки результативности социально-экономической деятельности туристского региона, туристической фирмы, а также навыками применения полученных результатов при принятии стратегических управленческих решений.

2. МЕСТО УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Экономика международного туризма» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана по направлению подготовки 43.04.02 Туризм, направленность (профиль) «Международный туризм». Дисциплина «Экономика международного туризма» изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Преподавание курса связано с другими дисциплинами учебного плана. Материалы дисциплины «Экономика международного туризма» являются необходимыми для освоения изучаемой в следующем семестре дисциплины: «Региональная политика в сфере международного туризма» и на 2 курсе дисциплины «Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территорий» и др.

Дисциплина «Экономика международного туризма» также является также основой для выполнения магистерской диссертации.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА И ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ

3.1 Общепрофессиональные компетенции и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Экономика	ОПК-5 Способен обеспечивать обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	ИД-1опк-5 - Знает и применяет технологии и методы стратегического анализа деятельности предприятий индустрии туризма; ИД-2опк-5 - Умеет проводить обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма; ИД-3опк-5 - Владеет навыками оценивания эффективности управленческих решений на различных уровнях управления

4. СТРУКТУРА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Общая трудоемкость учебного предмета составляет 4.00 зачетных единицы, 144.0 академических часов.

1 – № п/п

2 – Тема (раздел) учебного предмета, курсовая работа (проект), промежуточная аттестация

3 – Семестр

4 – Виды контактной работы и трудоемкость (в академических часах)

4.1 – Л (Лекции)

4.2 – Лекции в виде практической подготовки

4.3 – ПЗ (Практические занятия)

4.4 – Практические занятия в виде практической подготовки

4.5 – ЛР (Лабораторные работы)

4.6 – Лабораторные работы в виде практической подготовки

4.7 – ИКР (Иная контактная работа)

4.8 – КТО (Контроль теоретического обучения)

4.9 – КЭ (Контроль на экзамене)

5 – Контроль (в академических часах)

6 – Самостоятельная работа (в академических часах)

7 – Формы текущего контроля успеваемости

1	2	3	4									5	6	7
			4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9			
1	Основные понятия и определения туризма как сферы деятельности.	1	2		2								2	Опрос студентов
2	Экономические основы международной туристской деятельности и освоения территорий. Основные виды туризма и факторы, определяющие их развитие.	1	2		2								4	Решение задач, тестирование
3	Мировой туристский рынок: понятие, структура и специфика.	1	2		2								4	Опрос, работа с кейсами
4	Совокупный	1	2		2								4	Опрос,

	туристский спрос и факторы, его определяющие. Влияние спроса на стратегические решения предприятий.											контрольная работа	
5	Совокупное предложение на туристском рынке и его детерминанты. Стратегии продвижения и реализации турпродуктов.	1	2		4							6	Опрос, презентация предложений различных специализированных туроператоров
6	Индустрия международного туризма и ее особенности на современном этапе.	1	2		2							10	Защита презентаций и докладов студентов по индустрии туризма
7	Ценообразование на предприятиях туризма и особенности проектирования цены.	1	4		4							8	Работа в группах по разработке ценовой стратегии, решение задач
8	Курсовая работа	1						2				34	Подготовка и защита курсовой работы
9	Экзамен	1								0.3	35.7		Экзаменационные билеты
	Итого			16.0		18.0		0.0	2.0	0.0	0.3	35.7	72.0

5. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

5.1. Лекции

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)
1	Основные понятия и определения туризма как сферы деятельности.	Становление и развитие туризма в мире и России. Сущностное и статистическое определение туризма. Определение туризма, предлагаемые международными организациями, зарубежными и отечественными специалистами. Категории путешествующих лиц, отличие экскурсантов и туристов. Понятие туризма, индустрии туризма в соответствии с российским законодательством. Туризм как экономическая система.
2	Экономические основы международной туристской деятельности и освоения территорий.	Экономика туризма как наука: предмет и объект исследования. Туризм как экономический комплекс и сфера экономической деятельности. Особенности туристского продукта – особенности

	<p>Основные виды туризма и факторы, определяющие их развитие.</p>	<p>в сфере производства и реализации. Экспорт и импорт туристических услуг, отличия от внешней торговли товарами. Характеристика туризма как экономического явления. Экономические и финансовые показатели развития туризма: объем турпотока, туристские доходы и туристские расходы, показатели состояния и развития материальной базы туризма, показатели финансово-экономической деятельности туристской фирмы, показатели развития международного туризма. Прямое и косвенное влияние туризма на экономику страны. Коэффициент локализации и концентрации туризма. Мультипликатор туризма. Коэффициент дохода. Туристская политика и туристская стратегия. Основные виды туризма и факторы, определяющие их развитие.</p>
3	<p>Мировой туристский рынок: понятие, структура и специфика.</p>	<p>Определение мирового туристского рынка. Функции туристского рынка: регулирующая, ценностная, стимулирующая, сберегающая. Роль туристского рынка для экономики страны и региона. Структура мирового туристского рынка: по субъектам, по объектам, по географическому положению, по уровню насыщения, по степени зрелости, по степени ограниченности конкуренции, по соответствию действующему законодательству, по ассортименту турпродуктов. Сущность и основные элементы инфраструктуры туристского рынка.</p>
4	<p>Совокупный туристский спрос и факторы, его определяющие. Влияние спроса на стратегические решения предприятий.</p>	<p>Конъюнктура мирового туристского рынка. Благоприятная, вялая и устойчивая конъюнктура. Понятие туристского спроса: экономический, психологический и географический подходы к определению. Показатели спроса. Эффективность спроса: чистая (нетто) склонность к путешествию, общая склонность к путешествию, частота путешествий. Эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Поведение потребителя и туристский спрос. Особенности туристского спроса на мировом рынке. Международная статистика туристского спроса. Влияние спроса на стратегические решения предприятий.</p>
5	<p>Совокупное предложение на туристском рынке и его детерминанты. Стратегии продвижения и реализации турпродуктов.</p>	<p>Понятие туристского предложения. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на сдвиг кривой предложения. Эластичность предложения. Неэластичное предложение. Равновесная цена на мировом туристском рынке. Цена спроса, цена предложения. Особенности туристского предложения на мировом рынке. Стратегии продвижения и реализации турпродуктов на мировом рынке.</p>

6	<p>Индустрия международного туризма и ее особенности на современном этапе.</p>	<p>Туристские ресурсы: классификации. Туристские ресурсы природные и ресурсы инфраструктуры. Материально-техническая база индустрии туризма. Подходы к определению индустрии туризма. Система индустрии туризма: классификация предприятий, способствующих созданию туристского продукта. Классификация материально-технической базы индустрии туризма: по видам предоставляемых услуг, по экономическим элементам, по видам собственности. Основные, дополнительные и сопутствующие услуги, предоставляемые объектами индустрии туризма. Основные изменения, происходящие в основных сферах индустрии туризма. Индустрия гостеприимства, как новое направление в развитии туризма. Международные гостиничные сети и их значение.</p>
7	<p>Ценообразование на предприятиях туризма и особенности проектирования цены.</p>	<p>Себестоимость туристского продукта. Формирование себестоимости. Группировка затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта. Методика калькулирования себестоимости. Понятие цены. Функции цены. Долгосрочный и краткосрочный нижний предел цены. Верхний предел цены. Особенности ценообразования в туризме. Особенности формирования цен на туристские продукты. Методы ценообразования в туризме: ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции, ценообразование с ориентацией на спрос, ценообразование на основе издержек. Проектирование цены и ценовая политика туристических фирм. Внешние и внутренние факторы ценообразования. Ценовая стратегия туристической фирмы. Стратегии «снятия сливок», «проникновение на рынок», «престижных цен», «следование за лидером», «скользящая падающая цена», «преимущественная цена», «цена сегмента рынка». Особенности ценовых стратегий на реализуемые и новые туристские продукты.</p>

5.2. Практические занятия

Наименование темы	Содержание темы
<p>Основные понятия и определения туризма как сферы деятельности</p>	<p>Сущностное и статистическое определение туризма. Определение туризма, предлагаемые международными организациями, зарубежными и отечественными специалистами. Категории путешествующих лиц, отличие экскурсантов и туристов. Понятие туризма, индустрии туризма в соответствии с российским законодательством. Туризм как экономическая система.</p>
<p>Экономические основы</p>	<p>Экономические и финансовые показатели развития</p>

<p>международной туристской деятельности. Основные виды туризма и факторы, определяющие их развитие</p>	<p>туризма: объем турпотока, туристские доходы и туристские расходы, показатели состояния и развития материальной базы туризма, показатели финансово-экономической деятельности туристской фирмы, показатели развития международного туризма. Прямое и косвенное влияние туризма на экономику страны. Коэффициент локализации и концентрации туризма. Мультипликатор туризма. Коэффициент дохода.</p>
<p>Мировой туристский рынок: понятие, структура и специфика</p>	<p>Структура мирового туристского рынка: по субъектам, по объектам, по географическому положению, по уровню насыщения, по степени зрелости, по степени ограниченности конкуренции, по соответствию действующему законодательству, по ассортименту турпродуктов. Сущность и основные элементы инфраструктуры туристского рынка.</p>
<p>Совокупный туристский спрос и факторы, его определяющие. Влияние спроса на стратегические решения предприятий</p>	<p>Конъюнктура мирового туристского рынка. Благоприятная, вялая и устойчивая конъюнктура. Понятие туристского спроса: экономический, психологический и географический подходы к определению. Показатели спроса. Эффективность спроса: чистая (нетто) склонность к путешествию, общая склонность к путешествию, частота путешествий. Эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу. Поведение потребителя и туристский спрос. Особенности туристского спроса на мировом рынке. Международная статистика туристского спроса. Влияние спроса на стратегические решения предприятий.</p>
<p>Совокупное предложение на туристском рынке и его детерминанты. Стратегии продвижения и реализации турпродуктов</p>	<p>Понятие туристского предложения. Закон предложения. Кривая предложения. Факторы, влияющие на сдвиг кривой предложения. Эластичность предложения. Неэластичное предложение. Равновесная цена на мировом туристском рынке. Цена спроса, цена предложения. Особенности туристского предложения на мировом рынке. Стратегии продвижения и реализации турпродуктов на мировом рынке.</p>
<p>Индустрия международного туризма и ее особенности на современном этапе.</p>	<p>Основные, дополнительные и сопутствующие услуги, предоставляемые объектами индустрии туризма. Основные изменения, происходящие в основных сферах индустрии туризма. Индустрия гостеприимства, как новое направление в развитии туризма. Международные гостиничные сети и их значение.</p>
<p>Ценообразование на предприятиях туризма и особенности проектирования цены.</p>	<p>Себестоимость туристского продукта. Формирование себестоимости. Группировка затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта. Методика калькулирования себестоимости. Понятие цены. Функции цены. Долгосрочный и</p>

	<p>краткосрочный нижний предел цены. Верхний предел цены. Особенности ценообразования в туризме. Особенности формирования цен на туристские продукты. Методы ценообразования в туризме: ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции, ценообразование с ориентацией на спрос, ценообразование на основе издержек. Проектирование цены и ценовая политика туристических фирм. Внешние и внутренние факторы ценообразования. Ценовая стратегия туристической фирмы. Стратегии «снятия сливок», «проникновение на рынок», «престижных цен», «следование за лидером», «скользящая падающая цена», «преимущественная цена», «цена сегмента рынка». Особенности ценовых стратегий на реализуемые и новые туристские продукты.</p>
--	---

6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание темы (раздела)	Трудоемкость в академических часах
1	Основные понятия и определения туризма как сферы деятельности.	Подготовка к опросу по теме	2
2	Экономические основы международной туристской деятельности и освоения территорий. Основные виды туризма и факторы, определяющие их развитие.	Подготовка к решению задач по теме, подготовка к тестированию	4
3	Мировой туристский рынок: понятие, структура и специфика.	Подготовка к опросу по теме, подготовка к анализу кейсов	4
4	Совокупный туристский спрос и факторы, его определяющие. Влияние спроса на стратегические решения предприятий.	Подготовка к опросу по теме с решением кейсов, подготовка к контрольной работе	4
5	Совокупное предложение на туристском рынке и его детерминанты.	Подготовка к опросу по теме, подготовка презентаций предложений туроператоров	6

	Стратегии продвижения и реализации турпродуктов.		
6	Индустрия международного туризма и ее особенности на современном этапе.	Подготовка докладов и презентаций студентов по индустрии туризма	10
7	Ценообразование на предприятиях туризма и особенности проектирования цены.	Подготовка к работе в группах по разработке ценовой стратегии, решение задач	8
8	Курсовая работа	Подготовка доклада и защита презентации	34

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используется как традиционные, так и инновационные технологии, активные и интерактивные методы и формы обучения. В процессе изучения дисциплины «Экономика международного туризма» используются следующие традиционные методы обучения и формы организации занятий:

- практические (семинарские) занятия с собеседованием, на которых студенты получают теоретические и прикладные знания и формируют навыки работы, необходимые для использования теоретических положений и практических методов в профессиональной и исследовательской деятельности;
- домашние задания (дополнительная работа с электронными ресурсами и программным обеспечением, подготовка сообщений и презентаций);
- консультации преподавателей;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям.

Реализация компетентностного подхода предусматривает использование в процессе изучения дисциплины следующих образовательных технологий, способов и методов:

- исследовательские задания по анализу предложений туристских фирм с применением интерактивных форм презентации проектов;
- «деловая игра» в группах по разработке ценовых стратегий на новые туристские продукты;
- практические задания, решения кейсов по оценке спроса в туризме для формирования умений и навыков по принятию решений по ценообразованию;
- электронная форма обучения с использованием онлайн- тестирования в качестве средства текущего контроля;
- внеаудиторная работа в форме обязательных консультаций и индивидуальных занятий со студентами (помощь в понимании тех или иных теоретических вопросов, в подготовке к выполнению отдельных практических заданий и т.д.

Широко используются такие формы занятий как лекции с объяснительно-иллюстрированным методом и с элементами проблемного изложения, практические занятия, активные и интерактивные методы, такие как разбор конкретных ситуаций (кейсов), деловые игры, исследовательская работа по разработке проектов с последующей их защитой. Особое место отводится подготовке исследовательских заданий аналитического типа и разработке новых туристских продуктов с последующей их презентацией.

С целью формирования практических навыков в рамках практических заданий

проводятся: деловая игра по теме «Ценообразование на предприятиях туризма», дискуссии, ролевые (игровые) семинары.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Формами промежуточной аттестации по дисциплине «Экономика международного туризма» являются: защита курсовой работы и экзамен.

Вопросы к экзамену по дисциплине «Экономика международного туризма»

1. Сущностное и статистическое определение международного туризма. Туризм как сфера экономической деятельности в мировой экономике.
2. Факторы, влияющие на развитие международного туризма.
3. Показатели, характеризующие уровень развития международного туризма.
4. Прямое и косвенное влияние туризма на экономику страны.
5. Экспорт и импорт туристских услуг в России.
6. Концепции и определение спроса в международном туризме.
7. Показатели спроса в международном туризме. Эластичность спроса на туристский продукт.
8. Теории мотивации в туризме и их влияние на спрос.
9. Туристское предложение и его особенности. Эластичность предложения.
10. Факторы, влияющие на туристское предложение.
11. Равновесная цена на туристском рынке. Цена спроса, цена предложения.
12. Туристские расходы и их дифференциация по странам и регионам.
13. Материально – техническая база в международном туризме и ее особенности.
14. Классификация материально- технической базы индустрии туризма: по видам предоставляемых услуг, по экономическим элементам, по видам собственности.
15. Основные изменения, происходящие в основных сферах индустрии туризма.
16. Сущность и содержание предпринимательской деятельности в туризме.
17. Понятие и классификация затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта.
18. Понятие и виды себестоимости туристского продукта.
19. Калькулирование себестоимости туристского продукта. Математическое и графическое представление метода «директ-костинг».
20. Туроператоры и турагенты: понятие и особенности структуры финансов.
21. Особенности ценообразования в туризме.
22. Методы ценообразования в туризме:
23. Ценовая политика туристических фирм, внешние и внутренние факторы ценообразования.
24. Ценовая стратегия туристической фирмы.
25. Понятие и виды прибыли туристического предприятия
26. Использование системы «директ- костинг» при определении прибыли и безубыточности производства и реализации туристского продукта.
27. Планирование прибыли туристической фирмы.
28. Место и роль туризма в экономике России.
29. Современное состояние и тенденции развития туризма в Амурской области.

В процессе освоения дисциплины предполагается выполнение курсовой работы в 1 семестре. Ниже представлены темы курсовых работ.

Темы курсовых работ по дисциплине «Экономика международного туризма»:

1. Международный туризм и его место в мировой экономике.
2. Международный туризм: динамика и особенности прибытий и доходов
3. Воздействие международного туризма на экономику России.
4. Международный туризм в экономике региона (на примере ...).
5. Международный туризм в экономике страны (на примере одной из стран)
6. Международный туризм в экономике приграничного региона (на примере...).
7. Прямое и косвенное влияние туризма на экономику страны (региона).
8. Оценка влияния социально экономических факторов на развитие туризма в стране (регионе).
9. Влияние валютного курса на развитие туризма в стране (регионе).

10. Анализ спроса на туристские услуги в стране (регионе).
11. Анализ предложения туристских услуг в стране (регионе).
12. Туристская дестинация: теоретические подходы, особенности формирования и развития
13. Внешняя торговля туристскими услугами в РФ (регионе): современное состояние и тенденции развития.
14. Туристическая инфраструктура: особенности и тенденции развития в стране (регионе).
15. Международные гостиничные сети: современное состояние и тенденции развития
16. Налогообложение в туризме: особенности, тенденции и влияние на деятельность компаний
17. Развитие определенного вида международного туризма (дестинации) в регионе (в мире): особенности и перспективы.
18. Особенности деятельности туристической фирмы на туристском рынке региона (на въездном или выездном направлении).

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

а) литература

1. Розанова, Н. М. Управленческая экономика : учебник для вузов / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 425 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17940-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534011> (дата обращения: 01.03.2024).
2. Абрамов, В. С. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для вузов / В. С. Абрамов, С. В. Абрамов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09524-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535382> (дата обращения: 01.03.2024).
3. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития : учебник и практикум для вузов / В. И. Малюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 361 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03338-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536574> (дата обращения: 01.03.2024).
4. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536578> (дата обращения: 01.03.2024).
6. Методические рекомендации по освоению дисциплин [Электронный ресурс] : для всех направлений подготовки высшего образования / сост.: Т. А. Галаган, С. Г. Самохвалова, Н. А. Чалкина. - Благовещенск : Изд-во Амур. гос. ун-та, 2018. - 34 с. - Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/10906.pdf

б) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование	Описание
1	Google Chrome	Бесплатное распространение по лицензии google chromium http://code.google.com/intl/ru/chromium/terms.html на условиях https://www.google.com/chrome/browser/privacy/eula_text.html .
2	Операционная система специального назначения «Astra Linux Special Edition»	Лицензионный договор № РБТ-14/1607-01- ВУЗ на предоставление права использования программы для ЭВМ.

	РУСБ.10015-01	
3	Программный комплекс «КонсультантПлюс»	Лицензия коммерческая по договору №21 от 29 января 2015 года.
4	Электронная библиотечная система «Юрайт» https://urait.ru	Фонд электронной библиотеки составляет более 4000 наименований и постоянно пополняется новинками, в большинстве своем это учебники и учебные пособия для всех уровней профессионального образования от ведущих научных школ с соблюдением требований новых ФГОСов.
5	Электронно-библиотечная система IPRbooks http://www.iprbookshop.ru/	Электронно- библиотечная система IPRbooks — научно- образовательный ресурс для решения задач обучения в России и за рубежом. Уникальная платформа ЭБС IPRbooks объединяет новейшие информационные технологии и учебную лицензионную литературу. Контент ЭБС IPRbooks отвечает требованиям стандартов высшей школы, СПО, дополнительного и дистанционного образования. ЭБС IPRbooks в полном объеме соответствует требованиям законодательства РФ в сфере образования
6	www.elibrary.ru	Электронная библиотека с большим количеством статей в научных журналах, в том числе полнотекстовых, и монографий

в) профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование	Описание
1	http://www.ratanews.ru	Ежедневная электронная газета Российского союза туристической индустрии.
2	http://unwto.org	Официальный сайт Всемирной туристской организации (ВТО)
3	www.gks.ru	Федеральная служба государственной статистики
4	www.russiatourism.ru	Министерство экономического развития РФ
5	www.amurobl.ru	Официальный сайт Правительства Амурской области
6	www.consultant.ru	Нормативно-правовая база документов
7	www.garant.ru	Нормативно-правовая база документов

10. МАТЕРИАЛЬНО- ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Занятия по дисциплине проводятся в специальных помещениях, представляющих собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Все помещения, в которых проводятся занятия, соответствуют действующим противопожарным правилам и нормам.

Каждый обучающийся обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно- библиотечным системам и к электронной информационно-образовательной среде университета.

Самостоятельная работа обучающихся осуществляется в помещениях, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно- образовательную среду

университета.