

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Нормативно-правовые основы разработки программы:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.01 Сервис, утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. №514;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», утвержденный приказом Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. N 516;
- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12 августа 2020 г. N 963;
- Профессиональный стандарт "Специалист в сфере закупок", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 10 сентября 2015 г. N 625н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 7 октября 2015 г., регистрационный N 39210);
- Профессиональный стандарт "Бизнес-аналитик", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25 сентября 2018г. № 592н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 11 ноября 2018 № 52408);
- Профессиональный стандарт "Экскурсовод (гид)", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 2 декабря 2021г. N 913н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 1 февраля 2022 г., регистрационный N 67083);
- Профессиональный стандарт «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 07 мая 2017 г. № 282н;
- Профессиональный стандарт «Руководитель предприятия питания», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 07 мая 2015 г. № 281н;
- Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский государственный экономический университет», утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 4 марта 2021г. № 159;
- Иные нормативно-методические документы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации и локальные нормативные акты университета.

1.2 Цель реализации программы

Целью реализации дополнительной профессиональной программы повышения квалификации является совершенствование и получение слушателями новых компетенций, необходимых для их профессиональной деятельности, и повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации. Программа позволяет слушателям сформировать системный подход к управлению коммерческой деятельностью предприятий сферы торговли, туризма и индустрии гостеприимства на принципах экономической логики, изучить и практически использовать современные прикладные инструменты управления организацией в целом и функциональными сферами её деятельности в частности. Программа

направлена на удовлетворение образовательных и профессиональных потребностей, профессиональное развитие, обеспечение соответствия квалификации специалистов меняющимся условиям профессиональной деятельности.

1.3. Планируемые результаты освоения программы

В результате освоения программы слушатель должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

Тип задач профессиональной деятельности:

информационно-аналитический

Способен определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации сферы торговли, туризма и индустрии гостеприимства, проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов)

организационно-управленческий

Способен управлять стратегическим развитием коммерческой деятельности организации сферы торговли, туризма и индустрии гостеприимства, проводить аудит профессиональной деятельности и принятие обоснованных управленческих решений по развитию бизнеса

Способен управлять качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг организации, формировать уникальное рыночное предложение (УТП)

Знать и понимать:

- методы управления бизнес-проекта в сфере торговли, туризма и индустрии гостеприимства;
- способы совершенствования экономической деятельности коммерческой организации сферы торговли, туризма и индустрии гостеприимства;
- методы экономического и финансового обоснования направлений стратегического развития коммерческих организаций сферы торговли, туризма и индустрии гостеприимства;
- особенности разработки и внедрения инноваций в торговую деятельность в цифровом экономическом пространстве;
- комплексные методики оценки конкурентоспособности организаций сферы торговли, туризма и индустрии гостеприимства;
- систему информационного обеспечения по формированию и использованию ресурсов предприятия сферы торговли, туризма и индустрии гостеприимства.

Уметь:

- разрабатывать альтернативные варианты бизнес-проектов в сфере торговли, туризма и индустрии гостеприимства;
- применять инновационные коммуникативные технологии в научной и профессиональной деятельности в глобальном экономическом пространстве;
- обеспечивать маркетинговую поддержку программ развития торгового, туристского бизнеса и индустрии гостеприимства, ориентированных на представителей различных культур;
- принимать экономически и финансово обоснованные стратегические маркетинговые решения в коммерческой деятельности организаций сферы торговли, туризма и индустрии гостеприимства;
- адаптировать инновационные технологии для решения конкретных задач профессиональной деятельности;
- формировать основу УТП на основе определения конкурентных преимуществ товаров и услуг;
- систематизировать и обобщать информацию для принятия управленческих решений по формированию и использованию ресурсов предприятия.

Владеть:

- методами оценки эффективности бизнес-проекта в сфере торговли, туризма и индустрии гостеприимства;
- навыками применения инструментария инновационных и информационных коммуникативных технологий в глобальном экономическом пространстве;
- способами разрешения конфликтов в маркетинговых коммуникациях, связанных с межкультурными особенностями;
- методологией и навыками экономического и финансового обоснования стратегий развития коммерческих организаций сферы торговли, туризма и индустрии гостеприимства;
- навыками определения источников обеспечения высокого уровня конкурентоспособности товаров и услуг как основы УТП;
- навыками использования интеллектуальных информационно-аналитических систем при решении задач профессиональной деятельности;
- навыками организации научно-прикладных исследований, актуальных для развития торгового бизнеса как сектора региональной экономики.

1.4 Категория слушателей: специалисты с высшим и средним профессиональным образованием.

1.5 Форма обучения: заочная с использованием дистанционных образовательных технологий.

1.6 Срок обучения 14 день.

Трудоемкость обучения - 72 часа

1.7. Форма документа, выдаваемого по результатам освоения программы - удостоверение о повышении квалификации.

1.8. Структурное подразделение, реализующее программу:

Управление ВНОКО ФГАОУ ВО «СГЭУ».

2. УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Наименование программы: «Актуальные проблемы коммерции, сервиса и туризма»

Категория слушателей: специалисты с высшим и средним профессиональным образованием

Количество часов: 72 час.

Форма обучения: заочная.

п/п	Наименование учебных тем	Трудоемкость, (час.)	В том числе		Самостоятельная работа (час.)	Форма контроля
			Лекции, (час.)	Практические занятия, (час.)		
1.	Актуальные проблемы коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг	24	6	18	4	зачет
2.	Управление сервисной деятельностью современных организаций	24	6	14	2	зачет
3.	Актуальные проблемы туристского бизнеса	20	4	12	2	зачет
	Итоговое тестирование	4				
	ИТОГО:	72	16	44	8	

3. КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

Срок обучения по программе	Объем программы	Форма обучения	Начало учебных занятий	Окончание учебных занятий	Кол-во занятий в неделю
14	72 часа	заочная	-	-	-

4. РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНЫХ ПРЕДМЕТОВ, КУРСОВ, ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)

4.1. Рабочая программа дисциплины «Актуальные проблемы коммерции, сервиса и туризма»

<p>Тема 1. Актуальные проблемы коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг</p> <ul style="list-style-type: none"> • Организационно-управленческие аспекты коммерческой деятельности • Многообразие форм и видов предприятий оптовой и розничной торговли • Принципы маркетинга и логистики в коммерческой деятельности • Проблемы и перспективы развития коммерческой деятельности в условиях цифровой экономики
<p>Тема 2. Управление сервисной деятельностью современных организаций</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сервис-ориентированная экономика как структурный элемент глобальной экономики. • Трансформация потребностей и модернизация способов их удовлетворения в условиях цифровизации экономики. • Научные основы клиентоориентированного сервиса. • Диджитализация сервиса: риски и возможности. • Социально-культурные аспекты сервиса в России и за рубежом. • Цифровые компетенции персонала сервисных организаций.
<p>Тема 3. Актуальные проблемы туристского бизнеса</p> <ul style="list-style-type: none"> • Современные методы исследования рынка туристских услуг • Место внутреннего туризма в системе организации туристских обменов • Инновационные ресурсосберегающие технологии в туристской деятельности • Управление качеством услуг в туризме

4.2 Перечень практических занятий

Номер темы	Наименование и содержание практического занятия
1.	<p>Тема 1. Актуальные проблемы коммерческой деятельности на рынке товаров и услуг</p> <ul style="list-style-type: none"> • Организационно-управленческие аспекты коммерческой деятельности • Многообразие форм и видов предприятий оптовой и розничной торговли • Принципы маркетинга и логистики в коммерческой деятельности • Проблемы и перспективы развития коммерческой деятельности в условиях цифровой экономики
2.	<p>Тема 2. Управление сервисной деятельностью современных организаций</p> <ul style="list-style-type: none"> • Сервис-ориентированная экономика как структурный элемент глобальной экономики. • Трансформация потребностей и модернизация способов их удовлетворения в условиях цифровизации экономики. • Научные основы клиентоориентированного сервиса. • Диджитализация сервиса: риски и возможности. • Социально-культурные аспекты сервиса в России и за рубежом. • Цифровые компетенции персонала сервисных организаций.
3.	<p>Тема 3. Актуальные проблемы туристского бизнеса</p> <ul style="list-style-type: none"> • Современные методы исследования рынка туристских услуг • Место внутреннего туризма в системе организации туристских обменов • Инновационные ресурсосберегающие технологии в туристской деятельности • Управление качеством услуг в туризме

5. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ

Форма итоговой аттестации - тестирование

6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Цель – оценить уровень усвоения знаний по программе.

Процедура: тестирование проводится с использованием «Системы управления обучением СГЭУ». Слушателям предлагается для ответа 30 вопросов по разделам программы, предполагающие выбор варианта ответа.

№ п/п	Формулировка вопроса
1	Что означает в переводе с латыни на русский язык термин «коммерция»? -торговля -управление -исследование рынка -слежение -проверка
2	Цель коммерческой деятельности по определению Гарвардской школы -выполнение операций по купле-продаже -удовлетворение спроса -удовлетворение потребительских требований с получением прибыли -удовлетворение ожиданий потребителей
3	Выберите наиболее полное определение коммерческой сделки: -соглашение между двумя сторонами, осуществляемое в безналичном виде в соответствии с принятыми условиями -контракт между несколькими сторонами на поставку товаров без привлечения денежных средств в наличном или безналичном виде -соглашение между двумя или несколькими сторонами на поставку товаров, выполнение работ или услуг в соответствии с принятыми условиями -соглашение между двумя сторонами об изготовлении продукции
4	Основные условия продавца по обязательствам договора купли-продажи -оплатить поставленный товар -принять товар -передать товар в собственность другой стороне -выполнить заказ
5	Прямое коммерческое исследование - это: -исследование, носящее как личный, так и социальный характер -исследование, не ставящее вопрос о практическом применении полученных результатов -исследование, проводимое коммерческой фирмой для получения конкурентного преимущества на рынке -исследование, предпринимаемое частной фирмой, специализирующейся на проведении исследований на заказ
6	Показатель, характеризующий эффективность использование в магазине трудовых ресурсов: -количество торгового персонала в магазине -товарооборот на одного работника магазина -товарооборот на 1 кв. м всей площади магазина -товарооборот на 1 кв. м площади торгового зала
7	Полнота ассортимента определяется как: -бесперебойное наличие в продаже товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем -наличие в ассортименте всех, характерных для конкретного типа розничного предприятия товарных групп -соответствие фактического наличия товаров на торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню -большое число видов и разновидностей товаров всех групп

8	<p>Устойчивость ассортимента в розничном торговом предприятии отражает:</p> <ul style="list-style-type: none"> -соотношение новых наименований товаров в магазине к общему числу наименований, предлагаемых за период -соотношение фактического количества разновидностей товаров в момент проверки к количеству товаров, предусмотренному ассортиментным перечнем -соотношение фактического количества новых разновидностей товаров в момент проверки к среднему числу разновидностей, предлагаемых за период -соотношение фактического количества разновидностей товаров в момент проверки к среднему числу разновидностей, предлагаемых за период
9	<p>Что такое хозяйственные связи?</p> <ul style="list-style-type: none"> -договорные отношения между предприятиями и организациями одной системы (оптовая торговля — розничная торговля) -неформальные знакомства в бизнес-среде -инструменты информационных коммуникаций -совокупность экономических, организационных, коммерческих, правовых, административных, финансовых и других отношений, складывающихся между изготовителями, потребителями и организациями производственной инфраструктуры в процессе поставок товаров по поводу закупок или продаж
10	<p>Способ получения информации о текущем состоянии важных показателей рынка называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> -сканирование -мониторинг -прогнозирование
11	<p>Сервисная деятельность — активность специализированных фирм и учреждений обслуживания, направленная на</p> <ul style="list-style-type: none"> - производственный процесс - получение прибыли - создание благ и производства услуг - карьерный рост фирмы
12	<p>Сервисизация экономики — это</p> <ul style="list-style-type: none"> -научные подходы в сервисологии -инвестирование в инфраструктурные отрасли, обслуживающие основное производство -комплекс экономических мероприятий по обслуживанию клиента - индивидуализация обслуживания
13	<p>Теоретико-прикладное направление научных исследований в сфере обслуживания называется</p> <ul style="list-style-type: none"> - демистикацией - сервисологией - сервисной деятельностью - сервисным обслуживанием
14	<p>Совокупность предприятий сферы сервиса и их сервисная деятельность – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сфера обслуживания - индустрия сферы услуг - инфраструктура сферы услуг - индустрия сервиса
15	<p>Услуга обладает следующими качествами</p> <ul style="list-style-type: none"> - способность к хранению и транспортировке - неотделимость от своего источника - неизменностью качества - наличием права собственности на услугу
16	<p>Локальное пространство, где исполнитель услуги взаимодействует с потребителем, это</p> <ul style="list-style-type: none"> - торговый зал - контактная зона

	<ul style="list-style-type: none"> - зал ожидания -комната для посетителей
17	<p>Сфера обслуживания населения – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> - совокупность предприятий, организаций и физических лиц, оказывающих услуги населению - деятельность предприятий и организаций, направленная на удовлетворение потребностей населения и иностранных граждан в туристских и экскурсионных услугах - деятельность исполнителя при непосредственном контакте с потребителем услуги - деятельность по самообслуживанию
18	<p>Формирование комплекса маркетинга для услуг началось с</p> <ul style="list-style-type: none"> -4 Р -5 Р -7 Р - нет правильного ответа
19	<p>Индустрия гостеприимства – неотъемлемая часть обширнейшей сферы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - услуг - товаров - политики - права
20	<p>Предприятие питания, полностью изготавливающее весь цикл производства блюд в присутствии клиента:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ресторан - кафе - бар - столовая
21	<p>Как называется плата с гостя на развитие региона его дестинации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - гостиничный сбор - туристский налог - гостевой акциз - плата за проживание
22	<p>Что определяется национальной принадлежностью туристов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вид туризма - тип туризма - категории туризма - формы туризма
23	<p>Индустрия гостеприимства – сфера предпринимательства, предоставляющая:</p> <ul style="list-style-type: none"> - питание - жилье вместе с сопутствующими услугами - питание и жилье вместе с сопутствующими услугами - экскурсионные и сопутствующие услуги
24	<p>Что не предлагает выбрать программный туризм:</p> <ul style="list-style-type: none"> - средство размещения - средство развлечения - средство питания - средство транспорта
25	<p>Укажите ошибку в расшифровке MICE-туризма:</p> <ul style="list-style-type: none"> - организация встреч - интеллектуальные туры - проведение конференций - событийный туризм
26	<p>Международный туризм – это:</p> <ul style="list-style-type: none"> - внутренний - выездной - выездной - въездной - внутренний - въездной

	- выездной - въездной - внутренний
27	Культурно-познавательный туризм не опирается на памятники: - культуры - истории - литературы - архитектуры
28	Технология виртуального туризма, требующая обязательного присутствия человека рядом с объектом изучения: - VR - AR - 3D - 2D
29	Из каких источников финансируется инсентив-тур в МICE-туризме: - из бюджета семьи - из бюджета государства - из бюджета коммерческой фирмы - из бюджета туроператора
30	Экскурсия – оптимальная технология для туризма: - водного - спортивного - культурно-познавательного - авто-

6.1 Шкала и критерии тестирования

Минимальный ответ (% правильных ответов) и оценка 2	Изложенный, раскрытый ответ (% правильных ответов) и оценка 3	Законченный, полный ответ (% правильных ответов) и оценка 4	Образцовый; достойный подражания ответ (% правильных ответов) и оценка 5
50% и менее	51-71%	72-92%	93-100%

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

Обучение осуществляется путем проведения заочных занятий с использованием дистанционных образовательных технологий.

Занятия проводятся в аудиториях, приспособленных для чтения лекций для значительного числа слушателей. Обучение осуществляется в помещениях, оборудованных необходимыми техническими средствами для реализации учебного процесса, в том числе показа презентаций.

7.1 Материально-техническое обеспечение

Наименование аудиторий, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
Аудитория	Лекция, практические занятия	Компьютер, мультимедийный проектор, экран, флип-чарт с блоком бумаги, фломастеры с толстым стержнем (3 набора по 4 цвета), бумага А4 - 300 листов, степлер со скобами 10 мм – 3 шт., линейка на 25-30 см. Excel, PowerPoint

7.2. Информационное обеспечение обучения

Основная литература

1. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 404 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468978>
2. Дорман, В. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие для вузов / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 134 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08385-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472156> Карашук, О. С.
3. Торговое дело. Введение в профессию : учебное пособие для вузов / О. С. Карашук. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 141 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12401-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476647>
4. Основы функционирования систем сервиса : учебник для вузов / М. Е. Ставровский [и др.] ; под редакцией М. Е. Ставровского. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 190 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13009-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/476888>
5. Бабокин, Г. И. Основы функционирования систем сервиса. В 2 ч. Часть 1 : учебник для вузов / Г. И. Бабокин, А. А. Подколзин, Е. Б. Колесников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 423 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06221-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454399>
6. Бабокин, Г. И. Основы функционирования систем сервиса. В 2 ч. Часть 2 : учебник для вузов / Г. И. Бабокин, А. А. Подколзин, Е. Б. Колесников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 407 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06223-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455109>
7. Сологубова, Г. С. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания : учебник для вузов / Г. С. Сологубова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 332 с. — (Высшее образование). —

ISBN 978-5-534-09303-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470666>

8. Тимохина, Т. Л. Организация гостиничного дела : учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 331 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08193-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469175>
9. Мотышина, М. С. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебник для вузов / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов ; под редакцией М. С. Мотышиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 282 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10440-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475046>
10. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова ; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/452688>

Дополнительная литература

11. Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли : учебник для вузов / А. М. Магомедов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 266 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05732-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473534>
12. Экономика торговой отрасли : учебник для бакалавров / Р. И. Шакланова, В. В. Юсова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 468 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2987-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425898>
13. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 373 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09532-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/472710>
14. Тимохина, Т. Л. Технологии гостиничной деятельности: теория и практика : учебник для вузов / Т. Л. Тимохина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08190-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469176>
15. Боголюбов, В. С. Туристско-рекреационное проектирование. Оценка инвестиций : учебник и практикум для вузов / В. С. Боголюбов, С. А. Быстров, С. А. Боголюбова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06549-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470855>
16. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474419>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. <http://elibrary.ru> - Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU
2. <http://ibooks.ru> - Электронная библиотечная система «Айбукс»
3. <http://www.businesspress.ru> - Деловая пресса;
4. <http://www.garant.ru> - Гарант;
5. <http://www.nta-rus.ru> - Национальная торговая ассоциация;
6. <http://www.rbc.ru> - РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);
7. <http://www.rtpress.ru> - Российская торговля;

8. [http:// www. torgrus. ru](http://www.torgrus.ru) - Новости и технологии торгового бизнеса.

Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ слушателей

1. Информационно-справочная система «Консультант Плюс»
2. Информационно-справочная система «ГАРАНТ-Аналитик»

7.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Сведения о научно-педагогических работниках (внешних совместителях), привлекаемых к реализации программы

№ п/п	Наименование разделов, дисциплин (модулей)	Фамилия, имя, отчество, год рождения	Ученая степень, ученое звание	Стаж работы	Основное место работы, должность
1.	Раздел 1	Ралык Динара Владимировна	Кандидат экономических наук, доцент	25 лет	ФГАОУ ВО «СГЭУ», доцент
2.	Разделы 2	Гранкина Светлана Валерьевна	Кандидат экономических наук, доцент	19 лет	ФГАОУ ВО «СГЭУ», доцент
3	Раздел 3	Алексушин Глеб Владимирович	Доктор исторических наук	36 лет	ФГАОУ ВО «СГЭУ», профессор

Составитель программы:

Ралык Д.В.- к.э.н., доцент кафедры коммерции, сервиса и туризма ФГАОУ ВО «СГЭУ».