

Министерство просвещения Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Ульяновский государственный педагогический университет имени  
И.Н. Ульянова»  
(ФГБОУ ВО «УлГПУ им. И.Н. Ульянова»)

Факультет историко-филологический

Кафедра философии и культурологии

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе

  
С.Н. Титов  
«25» июня 2021 г.

#### ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ МАРШРУТОВ

Программа учебной дисциплины части, формируемой участниками  
образовательных отношений

Профессионально-ориентированного модуля  
основной профессиональной образовательной программы высшего  
образования – программы бакалавриата по направлению подготовки  
51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия  
направленность (профиль) образовательной программы:  
Культурный туризм и экскурсионная деятельность

(очная форма обучения)

Составитель: Тихонова А.Ю.,  
профессор кафедры философии  
и культурологии,  
доктор культурологии,  
кандидат педагогических наук

Рассмотрено и одобрено на заседании учёного совета историко-  
филологического факультета, протокол от 21 мая 2021 г. № 5.

Ульяновск, 2021

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «включена в часть, формируемой участниками образовательных отношений основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки 51.03.04. Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия, направленность (профиль) «Культурный туризм и экскурсионная деятельность», очная форма обучения.

Дисциплина опирается на результаты обучения, сформированные в рамках школьного курса «Краеведение», а также ряда дисциплин учебного плана: Культурология, Охрана объектов культурного и природного наследия в России и за рубежом, Культурные традиции стран мира, История культуры Симбирско-Ульяновского края.

Результаты изучения дисциплины являются основой для изучения дисциплин: Туристическая деятельность и технология организации туристических маршрутов, Продвижение туристических маршрутов, преддипломной практики.

#### 1. Перечень планируемых результатов обучения (образовательных результатов) по дисциплине

**Целью** дисциплины является изучение перспективного и активно развивающегося в настоящее время направления – развитие и продвижения культурного туризма. Важной целью также является формирование способности студентов самостоятельно разрабатывать, оформлять и реализовывать продвижение туристического продукта.

**Задачей** освоения дисциплины является выработать готовность к изучению и внедрению в практику имеющихся в том или ином регионе ресурсов культурного туризма; освоить основные технологии менеджмента в сфере культурного туризма.

В результате освоения программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (в таблице представлено соотнесение образовательных результатов обучения по дисциплине с индикаторами достижения компетенций):

Компетенция и индикаторы ее достижения в дисциплине	Образовательные результаты дисциплины (этапы формирования дисциплины)		
	знает	умеет	владеет
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ОР-1 Знает принципы, методики и технологии продвижения туристического маршрута в соответствии с нормативными документами	ОР-2. Умеет пользоваться средствами и методами формирования и продвижения культурного продукта для туризма	

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

ме р се ме	Учебные занятия	про м е ж д н е ж д н е о ч н о й
---------------------	-----------------	--

	Всего		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные занятия, час	Самостоят. работа, час	
	Трудоемк.						
	Зач. ед.	Часы					
8	4	144	32	48	-	37	Экзамен (27)

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

#### 3.1. Указание тем (разделов) и отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Наименование раздела и тем	Количество часов по формам организации обучения			
	Лекционные занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Самостоятельная работа
1. Основные понятия и категории политики продвижения	4	4	-	5
2. Законодательная база политики продвижения	4	6	-	8
3. Взаимодействие музеев и образовательных учреждений	8	14		8
4. Особенности создания рекламы	8	12		8
5. Оценка эффективности рекламных кампаний	8	12		8
Итого за семестр	32	48		37

#### 3.2. Краткое описание содержания тем (разделов) дисциплины

##### 1. Основные понятия и категории политики продвижения.

Предмет и задачи курса. Реклама в системе продвижения туристского продукта. Понятие «реклама». История рекламной деятельности. Реклама как форма коммуникации. Место рекламы в маркетинге туризма. Общие методические положения создания рекламы в туризме. Функции, принципы, цели, классификация видов рекламы в туризме. Реклама в системе маркетинг-микс.

##### 2. Законодательная база политики продвижения.

Нормативно-правовая база функционирования рекламного бизнеса. Особенности функционирования рекламного бизнеса в сфере туризма. Основные средства

распространения рекламы, их положительные и отрицательные стороны. Выбор оптимальных средств распространения рекламы в туризме. Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта турфирмы.

### **3. Взаимодействие музеев и образовательных учреждений.**

Формы работы с образовательными учреждениями ведущих музеев России. Программы ведущих музеев России по работе с детьми разных возрастных групп и в соответствии с предметами изучения. Программы музеев: ГИМ, Оружейная палата, Третьяковская галерея, ГМИИ им. А.С.Пушкина, Эрмитаж, Русский музей и др. Концепция использования музеев в работе школ Германии. Формы работы с образовательными учреждениями ведущих музеев за рубежом. Программы ведущих музеев Европы и мира по работе с детьми разных возрастных групп, в соответствии с предметами изучения.

Педагогический потенциал музеев г.Ульяновска и Ульяновской области. Формы социально-педагогического партнерства музеев города, области и образовательного учреждения. Виды разработанных образовательных программ музеев области и образовательных учреждений.

### **4. Особенности создания рекламы.**

Создание рекламного обращения. Уникальное торговое предложение. Реклама и психология потребителя. Модели потребительского поведения и этапы принятия решения о покупке в туризме. Разработка рекламного бюджета. Товарный знак и его использование в туризме. Особенности рекламы и паблик рилейшнз в туризме. Цели, принципы и основные средства реализации «паблик рилейшнз». Взаимодействие рекламы и «паблик рилейшнз» при проведении комплексной рекламной кампании.

### **5. Оценка эффективности рекламных кампаний.**

Особенности оценки эффективности рекламы в туризме. Особенности корпоративной рекламы в туризме. Внутренний менеджмент туристского предприятия и создание положительного имиджа. Использование корпоративной рекламы в международной и отечественной рекламной деятельности в сфере туризма.

## **4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Самостоятельная работа студентов является особой формой организации учебного процесса, представляющая собой планируемую, познавательную, организационно и методически направляемую деятельность студентов, ориентированную на достижение конкретного результата, осуществляемую без прямой помощи преподавателя. Самостоятельная работа студентов является составной частью учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний и навыков, поиск и приобретение новых знаний, а также выполнение учебных заданий, подготовку к предстоящим занятиям и экзамену. Она предусматривает, как правило, разработку рефератов, написание докладов, выполнение творческих, индивидуальных заданий в соответствии с учебной программой (тематическим планом изучения дисциплины). Тема для такого выступления может быть предложена преподавателем или избрана самим студентом, но материал выступления не должен дублировать лекционный материал. Реферативный материал служит дополнительной информацией для работы на практических занятиях. Основная цель данного вида работы состоит в обучении студентов методам самостоятельной работы с учебным материалом. Для полноты усвоения тем, вынесенных в практические занятия, требуется работа с первоисточниками. Курс предусматривает самостоятельную работу

студентов со специальной литературой. Следует отметить, что самостоятельная работа студентов результативна лишь тогда, когда она выполняется систематически, планомерно и целенаправленно.

Задания для самостоятельной работы предусматривают использование необходимых терминов и понятий по проблематике курса. Они нацеливают на практическую работу по применению изучаемого материала, поиск библиографического материала и электронных источников информации, иллюстративных материалов. Задания по самостоятельной работе даются по темам, которые требуют дополнительной проработки.

Общий объем самостоятельной работы студентов по дисциплине включает аудиторную и внеаудиторную самостоятельную работу студентов в течение семестра.

Аудиторная самостоятельная работа осуществляется в форме выполнения заданий по дисциплине. Аудиторная самостоятельная работа обеспечена базой материалов по разделам дисциплины.

Внеаудиторная самостоятельная работа осуществляется в формах:

- подготовки к защите презентаций по темам дисциплины,
- подготовка плана продвижения туристического маршрута.

***Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися содержания дисциплины  
(примерные темы для подготовки презентаций)***

Реклама в системе продвижения туристского продукта.

Реклама как форма коммуникации.

Место рекламы в маркетинге туризма.

Реклама в системе маркетинг-микс.

Нормативно-правовая база функционирования рекламного бизнеса.

Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта турфирмы.

Уникальное торговое предложение.

Реклама и психология потребителя.

Модели потребительского поведения и этапы принятия решения о покупке в туризме.

Особенности оценки эффективности рекламы в туризме.

Разработка рекламного бюджета.

Товарный знак и его использование в туризме.

Особенности рекламы и паблик рилейшнз в туризме.

Особенности корпоративной рекламы в туризме.

Внутренний менеджмент туристского предприятия и создание положительного имиджа.

Использование корпоративной рекламы в международной и отечественной рекламной деятельности в сфере туризма.

***Вопросы для самостоятельного изучения обучающимися содержания дисциплины  
(примерные вопросы для подготовки плана продвижения туристического маршрута)***

Создание рекламного обращения.

Создание уникального торгового предложения.

Изучение потребителя.

Оценки эффективности рекламы в туризме.

Разработка рекламного бюджета.

Разработка товарного знака.

**Для самостоятельной подготовки к занятиям по дисциплине рекомендуется использовать учебно-методические материалы:**

1. Тихонова А. Ю. Волкова П.И. Занимательное краеведение: учебно-методическое пособие. В 2 частях. - Ульяновск: УИПК ПРО, 2007
2. Тихонова А. Ю. Волкова П.И. Симбирско-Ульяновское краеведение в вопросах и ответах (учебно-методическое пособие). - Ульяновск: УИПКПРО, 2013. - 232 с.
3. Тихонова А. Ю. История культуры Симбирско-Ульяновского региона (учебно-методическое пособие). - Ульяновск: УлГУ, 2005.
4. Тихонова А. Ю. Картографическая интерпретация региональных культурных процессов (учебное пособие) .- Ульяновск: УлГУ, 2004. - 52с.
5. Тихонова А.Ю. Современные символы Ульяновской области: социокультурный аспект. Учебно-методическое пособие/ А.Ю.Тихонова, П.И.Волкова. – Ульяновск: Центр ОСИ, 2016. - 55 с.
6. Тихонова А. Ю. Уникальность культуры Среднего Поволжья в культурологическом измерении (монография). - Саарбрюккен: PalmariumAcademicPublishing, 2013. - 412 с
7. Тихонова А. Ю. Этнология Симбирско-Ульяновского региона: учебно-методическое пособие. - Ульяновск: УлГУ, 2008. - 110с.

**5. Примерные оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

**Организация и проведение аттестации студента**

ФГОС ВО в соответствии с принципами Болонского процесса ориентированы преимущественно не на сообщение обучающемуся комплекса теоретических знаний, но на выработку у бакалавра компетенций – динамического набора знаний, умений, навыков и личностных качеств, которые позволят выпускнику стать конкурентоспособным на рынке труда и успешно профессионально реализовываться.

В процессе оценки бакалавров необходимо используются как традиционные, так и инновационные типы, виды и формы контроля. При этом постепенно традиционные средства совершенствуются в русле компетентного подхода, а инновационные средства адаптированы для повсеместного применения в российской вузовской практике.

**Цель проведения аттестации** – проверка освоения образовательной программы дисциплины-практикума через сформированность образовательных результатов.

**Промежуточная аттестация** осуществляется в конце семестра и завершает изучение дисциплины; помогает оценить крупные совокупности знаний и умений, формирование определенных компетенций.

Оценочными средствами текущего оценивания являются: презентация и подготовка плана продвижения туристического маршрута. Контроль усвоения материала ведется регулярно в течение всего семестра на практических (семинарских) занятиях.

№ п/п	СРЕДСТВА ОЦЕНИВАНИЯ, используемые для текущего оценивания показателя формирования компетенции	Образовательные результаты дисциплины
7 семестр		
	<b>Оценочные средства для текущей аттестации</b> ОС-1 Подготовка и защита презентаций	ОР-1.Знает принципы, методики и технологии продвижения туристического маршрута в

	ОС-2 подготовка плана продвижения туристического маршрута	соответствии с нормативными документами
	<b>Оценочные средства для промежуточной аттестации зачет (экзамен)</b>	ОР-2. Умеет пользоваться средствами и методами формирования и продвижения культурного продукта для туризма
	ОС-4 Зачет в форме собеседования	

Описание оценочных средств и необходимого оборудования (демонстрационного материала), а так же процедуры и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения образовательной программы представлены в Фонде оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Культурный туризм».

***Материалы, используемые для текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине***

Материалы для организации текущей аттестации представлены в п.4 программы.

***Материалы, используемые для промежуточного контроля успеваемости обучающихся по дисциплине***

**ОС-4 Зачет в форме собеседования**

Вопросы для зачета

1. Понятие и сущность рекламы, определение рекламы международной торговой палатой, типы рекламы
2. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций в сфере туризма
3. История развития туристской рекламы, особенности ее становления в России
4. Цели и функции рекламы, типовой рекламный план как часть маркетингового плана
5. Реклама как социальный институт (реклама для потребителей и для туристского бизнеса), психологические особенности отношения к рекламе
6. Классификация видов рекламы в туризме
7. Классификация средств распространения рекламы, их преимущества и недостатки
8. Реклама и стадии жизненного цикла туристской услуги
9. Виды рекламных сообщений: по способу выражения; по целям и задачам; по возможностям обратной связи
10. Этапы разработки рекламного проекта
11. Основные разделы рекламного сообщения, их типовые композиции
12. Рекламная стратегия турфирмы, факторы ее определяющие
13. Алгоритм разработки рекламной кампании и их классификация
14. Медиапланирование в туризме. Медиаканалы, их характеристики, критерии выбора
15. Характеристики медианосителей
16. Этапы формирования статьи рекламного бюджета
17. Методы расчета рекламного бюджета турфирмы
18. Подходы к определению эффективности рекламной деятельности в туризме
19. Экономическая эффективность рекламной деятельности в туризме
20. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности в туризме
21. Федеральный закон «О рекламе», регламентирование рекламной деятельности в туризме
22. Современные рекламные технологии и средства распространения рекламы в туризме
23. Реклама в сфере гостеприимства и ресторанного бизнеса
24. Выставка как элемент рекламной деятельности туристских предприятий

25. Реклама потребностей и реклама возможностей в туризме
26. Фирменный стиль организаций в сфере туризма и гостеприимства
27. Психологические методы воздействия рекламы
28. Товарный знак и его особенности в рекламе туристских услуг
29. Реклама туристских услуг и психология поведения потребителей
30. Особенности рекламы в сфере туризма

В конце семестра подводятся итоги работы студентов на лекционных и практических занятиях путем суммирования заработанных баллов в течение семестра.

### **Критерии оценивания знаний обучающихся по дисциплине**

*Формирование балльно-рейтинговой оценки работы обучающихся*

		Посещение лекций	Посещение практических занятий	Работа на практических занятиях	Зачет/Экзамен
<b>8 семестр</b>	Разбалловка по видам работ	16 x 1=16 баллов	14 x 1=14 баллов	272 баллов	96 балла
	Суммарный макс. балл				400 баллов max

*Критерии оценивания работы обучающегося по итогам семестра*

	Баллы (4 ЗЕ)
«отлично»	361-400
«хорошо»	281-360
«удовлетворительно»	201-280
«неудовлетворительно»	200 и менее

### **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Успешное изучение курса требует от обучающихся посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Запись **лекции** – одна из форм активной самостоятельной работы обучающихся, требующая навыков и умения кратко, схематично, последовательно и логично фиксировать основные положения, выводы, обобщения, формулировки. В конце лекции преподаватель оставляет время (5 минут) для того, чтобы обучающиеся имели возможность задать уточняющие вопросы по изучаемому материалу. Из-за недостаточного количества аудиторных часов некоторые темы не удастся осветить в полном объеме, поэтому преподаватель, по своему усмотрению, некоторые вопросы выносит на самостоятельную работу студентов, рекомендуя ту или иную литературу. Кроме этого, для лучшего освоения материала и систематизации знаний по дисциплине, необходимо постоянно разбирать материалы лекций по конспектам и учебным пособиям. В случае необходимости обращаться к преподавателю за консультацией.

#### **Подготовка к практическим занятиям.**



При подготовке к практическим занятиям студент должен изучить теоретический материал по теме занятия (использовать конспект лекций, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, при необходимости дополнить конспект, делая в нем соответствующие записи из литературных источников). В случае затруднений, возникающих при освоении теоретического материала, студенту следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

В начале практического занятия преподаватель знакомит студентов с темой, оглашает план проведения занятия, выдает задания. В течение отведенного времени на выполнение работы студент может обратиться к преподавателю за консультацией или разъяснениями. В конце занятия проводится прием выполненных заданий, собеседование со студентом.

Результаты выполнения практических заданий оцениваются в баллах, в соответствии с балльно-рейтинговой системой университета.

## **Планы практических занятий**

### **Семинарское занятие №1.**

#### **Тема 1. Основные понятия и категории политики продвижения.**

Предмет и задачи курса.

Реклама в системе продвижения туристского продукта.

Понятие «реклама».

История рекламной деятельности.

Реклама как форма коммуникации.

Место рекламы в маркетинге туризма.

Общие методические положения создания рекламы в туризме.

Функции, принципы, цели, классификация видов рекламы в туризме.

Реклама в системе маркетинг-микс.

#### **Задания к занятию:**

Подготовить презентации по теме занятия.

#### **План работы на занятии:**

1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (обсуждений презентаций);
3. Подведение итогов.
4. Задание для внеаудиторной работы

### **Семинарское занятие №2.**

#### **Тема 2. Законодательная база политики продвижения.**

Нормативно-правовая база функционирования рекламного бизнеса.

Особенности функционирования рекламного бизнеса в сфере туризма.

Основные средства распространения рекламы, их положительные и отрицательные стороны.

Выбор оптимальных средств распространения рекламы в туризме.

Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта турфирмы..

#### **Задания к занятию:**

Подготовить презентации по теме занятия.

#### **План работы на занятии:**

1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (обсуждений презентаций);
3. Подведение итогов.
4. Задание для внеаудиторной работы

### **Семинарское занятие №3.**

#### **Тема 3. Взаимодействие музеев и образовательных учреждений**

Формы работы с образовательными учреждениями ведущих музеев России.

Программы ведущих музеев России по работе с детьми разных возрастных групп и в соответствии с предметами изучения.

Формы работы с образовательными учреждениями ведущих музеев за рубежом.

Программы ведущих музеев Европы и мира по работе с детьми разных возрастных групп, в соответствии с предметами изучения.

Педагогический потенциал музеев г.Ульяновска и Ульяновской области.

Формы социально-педагогического партнерства музеев города, области и образовательного учреждения.

Виды разработанных образовательных программ музеев области и образовательных учреждений.

#### **Задания к занятию:**

Подготовить презентации по теме занятия.

#### **План работы на занятии:**

1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (обсуждений презентаций).
3. Подготовка плана продвижения туристического маршрута
4. Подведение итогов.
5. Задание для внеаудиторной работы.

### **Семинарское занятие №4.**

#### **Тема 4. Особенности создания рекламы, оценки эффективности рекламных кампаний.**

Создание рекламного обращения.

Уникальное торговое предложение.

Реклама и психология потребителя.

Модели потребительского поведения и этапы принятия решения о покупке в туризме.

Разработка рекламного бюджета.

Товарный знак и его использование в туризме.

Особенности рекламы и паблик рилейшнз в туризме.

Цели, принципы и основные средства реализации «паблик рилейшнз».

Взаимодействие рекламы и «паблик рилейшнз» при проведении комплексной рекламной кампании.

#### **Задания к занятию:**

Подготовить презентации по теме занятия.

#### **План работы на занятии:**

1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (обсуждений презентаций).
3. Подготовка плана продвижения туристического маршрута
4. Подведение итогов.
5. Задание для внеаудиторной работы.

### **Семинарское занятие №5.**

#### **Тема 5. Особенности создания рекламы, оценки эффективности рекламных кампаний.**

Особенности оценки эффективности рекламы в туризме.

Особенности корпоративной рекламы в туризме.

Внутренний менеджмент туристского предприятия и создание положительного имиджа.

Использование корпоративной рекламы в международной и отечественной рекламной деятельности в сфере туризма.

**Задания к занятию:**

Подготовить презентации по теме занятия.

**План работы на занятии:**

1. Организационный момент.
2. Контроль знаний (обсуждений презентаций).
3. Подготовка плана продвижения туристического маршрута
4. Подведение итогов.
5. Задание для внеаудиторной работы.

**7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, Интернет-ресурсов, необходимых для освоения дисциплины**

**Основная литература**

1. Внутренний туризм как основа устойчивого развития регионов России: сборник научных статей. Издательство: КемГУКИ, 2015. 255 с.  
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=438289&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=438289&sr=1)
2. Воскресенский В. Ю. Международный туризм: учебное пособие. Издательство: Юнити-Дана, 2015. 462 с.  
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=114800&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114800&sr=1)
3. Трофимов Е.Н. Особенности многонациональной России и туризм : учебно-методическое пособие; курс лекций. М.: Логос, 2014, 128 с.  
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=258274&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=258274&sr=1)
4. Назаркина В. А., Владыкина Ю. О., Воротникова Е. Ю., Комарова О. С., Малетин С. С. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие. Новосибирск: НГТУ, 2014. 235 с.  
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=436302&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436302&sr=1)

**Дополнительная литература**

1. Именнова Л. С. Музейная дестинация в системе культурного туризма: социокультурный анализ: монография. М.: Логос, 2011. 228 с.  
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=258424&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=258424&sr=1)
2. Музееведение и историко-культурное наследие. Сборник статей. Вып. 3. Издательство: КемГУКИ, 2009, 286 с.  
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=132891&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=132891&sr=1)
3. Музееведение и историко-культурное наследие. Сборник статей. Вып. 2. Издательство: КемГУКИ, 2008, 207 с.  
[http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=132890&sr=1](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=132890&sr=1)

**Интернет-ресурсы**

- Портал «ЮНЕСКО – Наследие» (на русском языке) – Режим доступа:  
<http://heritage.unesco.ru/index.php?id=44&L=9>
- Сайт Международного комитета по культурному туризму Международного совета по вопросам памятников и достопримечательных мест (ICOMOS International Committee on Cultural Tourism) – Режим доступа:  
[www.icomos.org/tourism/](http://www.icomos.org/tourism/)

- Сайт Международного проекта исследования культурного туризма (ATLAS CulturalTourismResearchProject) – Режим доступа: <http://www.tram-research.com/atlas/>
- Сайт Европейской туристической организации (EuropeanTravelCommission)- Режим доступа: <http://www.etc-corporate.org>
- Информационный сервисный центр «Культура. Политика. Планирование. Менеджмент». Библиотечная служба – Режим доступа: <http://www.culturalmanagement.ru/biblio/>
- Официальный сайт Российского союза туристской индустрии. Северо-Западный региональный филиал – Режим доступа: <http://www.rata.spb.ru>
- Ежедневная электронная газета для профессионалов турбизнеса – Режим доступа: <http://www.ratanews.ru>

**8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

- \* Архиватор 7-Zip,
- \* Антивирус ESET Endpoint Antivirus for Windows,
- \* Операционная система Windows Pro 7 RUS Upgrd OLP NL Academic,
- \* Офисный пакет программ Microsoft Office Professional 2013 OLP NL Academic,
- \* Программа для просмотра файлов формата DjVu WinDjView,
- \* Программа для просмотра файлов формата PDF Adobe Reader XI,
- \* Браузер Google Chrome.