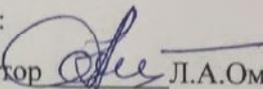


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»

КАФЕДРА ТУРИЗМА

УТВЕРЖДАЮ:



Первый проректор  Л.А.Омельянович

08 2018 г.

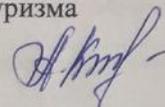
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«КОНЬЮНКТУРА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В ТУРИЗМЕ»

Укрупненная группа	<u>43.00.00 «Сервис и туризм»</u>
Программа высшего профессионального образования	<u>Магистратура</u>
Направление подготовки	<u>43.04.02 «Туризм»</u>
Магистерская программа	<u>Туризмоведение</u>
Факультет	<u>ресторанно-гостиничного бизнеса</u>
Курс, форма обучения	<u>первый (очная), второй (заочная)</u>
Учебный год	<u>2018 – 2019</u>

Донецк
2018

Рабочая программа «Конъюнктура и конкурентоспособность в туризме» для студентов по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм» (Магистерская программа: Туризмоведение) «20» июня 2018 года – 12 с.

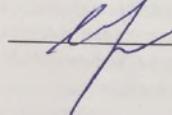
Разработчики: Китаева А. Г., старший преподаватель кафедры туризма



Рабочая программа утверждена на заседании кафедры туризма

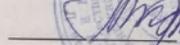
Протокол от «12» июня 2018 года № 37

И. о. заведующего кафедрой туризма

 И. А. Ангелина

СОГЛАСОВАНО:

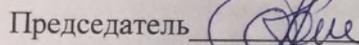
И. о. декана факультета ресторанно – гостиничного бизнеса

 Л. В. Крылова

Дата «27» июня 2018 года

Одобрено Учебно - методическим советом Университета

Протокол от «30» 08 2018 года № 1

Председатель  Д.А.Омельянович

© Китаева А. Г., 2018 год

© ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2018 год

1. ОПИСАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование показателей	У крупненная группа, направление подготовки программа высшего профессионального образования	Характеристика учебной дисциплины	
		очная форма обучения	заочная форма обучения
Количество зачетных единиц – 3	У крупненная группа 43.00.00 «Сервис и туризм»	<i>Вариативная дисциплина</i> <i>Цикл профессионально-ориентированных дисциплин</i> <i>Дисциплина свободного выбора студента</i>	
	Направление подготовки 43.04.02 «Туризм»		
Модулей - 1	Магистерская программа: Туризмоведение	Год подготовки:	
Смысловых модулей - 2		1-й	2-й
Индивидуальные научно-исследовательские задания <i>Подготовка докладов, рефератов и научных статей по приведенной тематике</i>		Семестр:	
Общее количество часов – 108		2-й	4-й
Количество часов в неделю для очной формы обучения: аудиторные – 2; самостоятельная работа студентов - 4	Программа высшего профессионального образования: Магистратура	Лекции:	
		18 час.	8 час.
		Практические, семинарские занятия:	
		18 час.	10 час.
		Лабораторные работы	
		- час.	
		Самостоятельная работа:	
		72 час.	90 час.
Индивидуальные задания:			
- час.			
Вид контроля: курсовая работа, экзамен			

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 36 / 72

для заочной формы обучения – 18 / 90

2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование у студентов базовых знаний и навыков по актуальным вопросам исследования конъюнктуры туристического рынка и определение конкурентоспособности на разных уровнях предприятия.

Задача: изучение и овладение теоретическими основами и практическими навыками по определению конъюнктуры туристического рынка и конкурентоспособности предприятия, определение факторов, влияющих на конъюнктуру и конкурентоспособность, методов и техник исследования рыночной

конъюнктуры, прогнозирования показателей рыночной конъюнктуры, анализа конкурентоспособности товара, предприятия.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

М.1.В.13 «Конъюнктура и конкурентоспособность в туризме» является учебной дисциплиной вариативной части (дисциплина свободного выбора студента) профессионально - ориентированного цикла рабочего учебного плана по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм». Компетенции, формируемые в ходе освоения дисциплины, связаны с содержанием дисциплин учебного плана подготовки магистров 1-го года обучения по очной форме и 2-го года обучения по заочной форме: М.1.Б.7 «Организационное проектирование и управление проектами в туризме», М.1.В.12 «Логистика в туризме», М.1.В.14 «Корпоративное управление в туризме».

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОПК-2).

В результате освоения дисциплины студент должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

способностью к разработке и внедрению инновационных технологий в туристской индустрии (ПК-17)

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- общие теоретические аспекты конъюнктуры и конкурентоспособности;
- прикладные исследования конъюнктуры и конкурентоспособности в туризме;
- принципы использования показателей конъюнктуры и конкурентоспособности на туристическом предприятии;
- основные методы повышения конкурентоспособности товара, предприятия, отрасли, страны

уметь:

- исследовать и прогнозировать показатели рыночной конъюнктуры;
- проводить всесторонний анализ конкурентоспособности товара, предприятия;
- использовать показатели конъюнктуры и конкурентоспособности в процессе управления туристическим предприятием.

5. ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Теоретические аспекты конъюнктуры и конкурентоспособности в туризме

Тема 1. Исследование рынка как основа успешного бизнеса

1. Рынок туризма как объект исследования

2. Спрос и предложение на туристическом рынке. Определение конъюнктуры туристического рынка

3. Факторы, влияющие на изменение конъюнктуры на рынке

Тема 2. Туристическая индустрия в условиях конкуренции

1. Конкуренция как основной стимул развития туристической индустрии

2. Конкурентные преимущества туристических предприятий: сущность и классификация

3. Определение и сущность конкурентоспособности в туризме

4. Общая характеристика конкурентоспособного предприятия

5. Факторы, влияющие на конкурентоспособность

Смысловой модуль 2. Прикладные исследования конъюнктуры и конкурентоспособности в туризме

Тема 3. Оценка рыночной конъюнктуры в туризме

1. Основные показатели рынка.

2. Методы и техники исследования рыночной конъюнктуры

3. Прогнозирование показателей рыночной конъюнктуры

Тема 4. Исследование конкурентоспособности туристического продукта

1. Туристический продукт как основное конкурентное преимущество и объект конкуренции

2. Показатели оценки конкурентоспособности туристического продукта

3. Качество - основа конкурентоспособности туристического продукта

Тема 5. Исследование конкурентоспособности туристического предприятия

1. Показатели конкурентоспособности туристического предприятия

2. Процесс определения конкурентоспособности туристического предприятия

Тема 6. Расчеты интегральной конкурентоспособности туристической компании

1. Интегральный показатель конкурентоспособности туристической компании

2. Расчеты показателя конкурентоспособности туристического предприятия во внешней среде

3. Определение конкурентоспособности туристического предприятия на национальном уровне

Тема 7. Использование показателей конъюнктуры и конкурентоспособности на туристическом предприятии

1. Значение конкурентоспособности и конъюнктуры на предприятии. Основные тенденции их использования

2. Управление конкурентоспособностью в рамках антикризисного управления

3. Методы повышения конкурентоспособности товара, предприятия, отрасли, страны

6. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма						заочная форма					
	в том числе											
	всего	л	п	лаб	инд	с.р.с	всего	л	п	лаб	инд	с.р.с
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Смысловой модуль 1. Теоретические аспекты конъюнктуры и конкурентоспособности в туризме												
Тема 1. Исследование рынка как основа успешного бизнеса	10	2	2	-	-	6	12	1	1	-	-	10
Тема 2. Туристическая индустрия	10	2	2	-	-	6	12	1	1	-	-	10

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма						заочная форма					
	в том числе											
	всего	л	п	лаб	инд	с.р.с	всего	л	п	лаб	инд	с.р.с
в условиях конкуренции												
Всего по смысловому модулю 1	20	4	4	-	-	12	24	2	2	-	-	20
Смысловой модуль 2. Прикладные исследования конъюнктуры и конкурентоспособности в туризме												
Тема 3. Оценка рыночной конъюнктуры в туризме	16	2	2	-	-	12	16	1	1	-	-	14
Тема 4. Исследование конкурентоспособности туристического продукта	16	2	2	-	-	12	16	1	1	-	-	14
Тема 5. Исследование конкурентоспособности туристического предприятия	16	2	2	-	-	12	17	1	2	-	-	14
Тема 6. Расчеты интегральной конкурентоспособности туристической компании	20	4	4	-	-	12	17	1	2	-	-	14
Тема 7. Использование показателей конъюнктуры и конкурентоспособности на туристическом предприятии	20	4	4	-	-	12	18	2	2	-	-	14
Всего по смысловому модулю 2	88	14	14	-	-	60	84	6	8	-	-	70
Всего	108	18	18	-	-	72	108	8	10	-	-	90

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
	Не запланированы	-	-

8. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Исследование рынка как основа успешного бизнеса	2	1
2	Туристическая индустрия в условиях конкуренции	2	1
3	Оценка рыночной конъюнктуры в туризме	2	1
4	Исследование конкурентоспособности туристического продукта	2	1
5	Исследование конкурентоспособности туристического предприятия	2	2
6	Расчеты интегральной конкурентоспособности туристической компании	4	2
7	Использование показателей конъюнктуры и конкурентоспособности на туристическом предприятии	4	2
Всего:		18	10

9. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
	Не запланированы	-	-

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1	Исследование рынка как основа успешного бизнеса	6	10
2	Туристическая индустрия в условиях конкуренции	6	10
3	Оценка рыночной конъюнктуры в туризме	12	14
4	Исследование конкурентоспособности туристического продукта	12	14
5	Исследование конкурентоспособности туристического предприятия	12	14
6	Расчеты интегральной конкурентоспособности туристической компании	12	14
7	Использование показателей конъюнктуры и конкурентоспособности на туристическом предприятии	12	14
Всего:		72	90

11. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Не предусмотрены

12. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Комплект учебно-методических материалов для обеспечения и сопровождения рабочей программы включает:

- современную отечественную и зарубежную учебную и научную литературу,
- законодательные и нормативные документы,
- статистические данные,
- тематическую подборку материалов к задачам,
- перечень тем рефератов,
- комплекты контрольных вопросов для проверки знаний студентов,
- электронный конспект лекций,
- методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

13. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Перечень тем рефератов:

1. Основные формы конкуренции в туризме
2. Повышение конкурентоспособности предприятий в условиях рыночной экономики
3. Факторы конкурентоспособности туристического предприятия
4. Конкурентоспособность предприятий - проблема мировой экономики
5. Основные стимулы развития туристической индустрии
6. Основные тенденции использования конкурентоспособности и конъюнктуры
7. Методы повышения конкурентоспособности товара
8. Методы повышения конкурентоспособности предприятия
9. Методы повышения конкурентоспособности отрасли
10. Анализ интегрального показателя конкурентоспособности
11. Рейтинг мировых туристических предприятий
12. Опыт кадровой политики в туристическом бизнесе на примере зарубежных стран
13. Анализ исследований, посвящённых проблемам конкурентоспособности
14. Рейтинг отечественных туристических предприятий
15. Кадровая политика в туристическом бизнесе
16. Основные задачи качества туристического товара

17. Влияние географического положения государства на качество турпродукта
18. Сравнительный анализ качества продукции туристического и торгового предприятий
19. Основные задачи товарных рынков
20. Система показателей товарного рынка
21. Этапы исследования конъюнктуры туристского рынка
22. Влияние прогнозирования на конъюнктуру рынка туризма

Темы курсовых работ:

1. Конкурентоспособность как комплексная многоаспектная характеристика туристической фирмы
2. Конъюнктурный анализ рынка туристической сферы
3. Стратегический анализ рынка туристической сферы
4. Сегментация туристского рынка
5. Конкурентный анализ рынка туристической сферы
6. Оценка собственного потенциала предприятия и его конкурентоспособности
7. Анализ поведения покупателей на туристском рынке
8. Исследование отношения индивидуальных потребителей к туристскому предприятию
9. Анализ влияния макросреды на деятельность туристического предприятия и рыночную ситуацию в целом
10. Анализ ассортиментной структуры предложения и ее влияния на конкурентоспособность туристского предприятия
11. Оценка и анализ цикличности и сезонности рынка
12. Изучение жизненного цикла туристских услуг
13. Исследование макросреды и микросреды туристского бизнеса
14. Формирование программы качественного обслуживания на предприятии туристической индустрии
15. Оценка внешних и внутренних факторов, влияющих на конкурентоспособность туристского предприятия

Программа подготовки к экзамену:

1. Рынок туризма как объект исследования
2. Спрос и предложение на туристическом рынке
3. Определение конъюнктуры туристического рынка
4. Факторы, влияющие на изменение конъюнктуры на рынке
5. Конкуренция как основной стимул развития туристической индустрии
6. Конкурентные преимущества туристических предприятий: сущность и классификация
7. Определение и сущность конкурентоспособности в туризме
8. Общая характеристика конкурентоспособного предприятия
9. Факторы, влияющие на конкурентоспособность
10. Основные показатели рынка
11. Методы и техники исследования рыночной конъюнктуры
12. Прогнозирование показателей рыночной конъюнктуры
13. Туристический продукт как основное конкурентное преимущество и объект конкуренции
14. Показатели оценки конкурентоспособности туристического продукта
15. Качество - основа конкурентоспособности туристического продукта
16. Показатели конкурентоспособности туристического предприятия
17. Процесс определения конкурентоспособности туристического предприятия
18. Интегральный показатель конкурентоспособности туристической компании
19. Расчеты показателя конкурентоспособности туристического предприятия во внешней среде
20. Определение конкурентоспособности туристического предприятия на национальном уровне
21. Значение конкурентоспособности и конъюнктуры на предприятии

22. Основные тенденции их использования
23. Управление конкурентоспособностью в рамках антикризисного управления
24. Методы повышения конкурентоспособности товара, предприятия, отрасли, страны

14. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Форма контроля – экзамен

Текущее тестирование и самостоятельная работа							Итого текущий контроль в баллах	Итоговый контроль (экзамен)	Сумма (в баллах)
Смысловой модуль № 1		Смысловой модуль № 2							
10 баллов		30 баллов							
T.1	T.2	T.3	T.4	T.5	T.6	T.7	40	60	100
5	5	6	6	6	6	6			

Курсовая работа

Пояснительная записка	Иллюстрированная часть	Защита работы	Сумма в баллах
до 10 баллов	до 70 баллов	до 20 баллов	100

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости и шкалы ECTS

По шкале ECTS	Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
A	90-100	«Отлично» (5)	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
B	80-89	«Хорошо» (4)	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
C	75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
D	70-74	«Удовлетворительно» (3)	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35-59	«Неудовлетворительно» (2)	с возможностью повторной аттестации
F	0-34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

15. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Маркетинг [Текст]: учеб. для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / [Е. М. Азарян и др.]; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», под ред. Е. М. Азарян. — [3-е изд., перераб. и доп.]. — Донецк: ДонНУЭТ, 2017. — 439 с.: рис., табл. — 978-966-385-052-8.

Дополнительная:

1. Современные тенденции развития туризма и индустрии гостеприимства: материалы I Междунар. науч.-практ. конф., 26-28 апр. 2017 г. / [коллектив авт.: Н. А. Гладкий и др; М-во молодежи, спорта и туризма ДНР, М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донецкий национальный ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского, редкол.: Е. М. Азарян (пред. оргком.) и др.]. — Донецк: ДонНУЭТ, 2017. — 370, [1] с. — 978-5-905277-88-7;
2. Балабанова Л.В. Управление маркетинговым потенциалом предприятия: монография / Л. В. Балабанова, Р.В. Мажинский. — Донецк: ДонНУЭТ, 2013.—153с.

Электронные ресурсы:

1. Ангелина, И. А. Конъюнктура и конкурентоспособность в туризме [Электронный ресурс]: конспект лекций для студентов оч. и заоч. форм обучения направления подготовки 43.04.02 «Туризм», образовательного уровня «магистратура» / И. А. Ангелина; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», Каф. туризма. — Донецк: [ДонНУЭТ], 2017. — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ;
2. Зиядин, С. Т. Совершенствование управления туристского кластера региона [Электронный ресурс]: ст. / С. Т. Зиядин, М. Б. Молдажанов. — [Донецк: ДонНУЭТ, 2016]. — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.;
3. Баталова, Н. Т. Реализация маркетинговой концепции в практике управления рыночными отношениями [Электронный ресурс]: ст. / Н. Т. Баталова. — [Донецк: ДонНУЭТ, 2015]. — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ;
4. Завгородняя, Т. В. Теоретические аспекты конкурентоспособности организации [Электронный ресурс]: ст. / Т. В. Завгородняя, А. В. Решетникова. — [Донецк: ДонНУЭТ, 2015]. — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ;
5. Видищева, Е. В. Особенности оценки конкурентоспособности турфирмы [Электронный ресурс]: ст. / Е. В. Видищева. — [Донецк: ДонНУЭТ, 2015]. — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ;
6. Лямкин, И. И. Конкуренция и инновационная активность в рыночной экономике [Электронный ресурс]: ст. / И. И. Лямкин. — [Донецк: ДонНУЭТ, 2015]. — Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ.;
7. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013. — 388 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16743.html>;
8. Теория и практика оценки конкурентоспособности [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.В. Чмышенко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 150 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/30131.html>

16. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Все о туризме: туристическая библиотека [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.tourlib.net;
2. Журнал «Маркетинг и реклама» [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.mr.com.ua/;
2. Клуб маркетологов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.marketingclub.org.ua/>;
2. Маркетопедия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://marketopedia.ru>;
3. Библиотека маркетинга [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bma.ru>;
4. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>;
5. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.dis.ru>;
6. Журнал «Практический маркетинг» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bci-marketing.aha.ru/>;
7. Российская ассоциация маркетинга [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ram.ru>;
8. Официальный сайт Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dnr-online.ru/>;
9. Официальный сайт Министерства экономического развития ДНР [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mer.govdnr.ru/>;
10. Официальный сайт Министерства юстиции ДНР [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mojdpr.com/>;
11. Официальный сайт Народного Совета ДНР [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://dnr-sovet.su/>;
12. Официальный сайт Министерства молодежи, спорта и туризма ДНР [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://минспорт.рус>

17. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используются:

- лекционная мультимедийная аудитория № 7306;
- мультимедийные средства (проекторы, ноутбуки);
- компьютерные рабочие места;
- программное обеспечение;
- наборы слайдов и кинофильмов по темам дисциплины

18. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчество	Должность (для совместителей место основной работы, должность)	Наименование учебного заведения, которое окончил (год окончания, специальность, квалификация по диплому)	Ученая степень, шифр и наименование научной специальности, ученое звание, какой кафедрой присвоено, тема диссертации	Повышение квалификации (наименование организации, вид документа, тема, дата выдачи)
1	2	3	4	5
Китаева Анна Геннадиевна	ст. преподаватель кафедры туризма, аспирантура ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики	Донецкий государственный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,	-	-

Фамилия, имя, отчество	Должность (для совместителей место основной работы, должность)	Наименование учебного заведения, которое окончил (год окончания, специальность, квалификация по диплому)	Ученая степень, шифр и наименование научной специальности, ученое звание, какой кафедрой присвоено, тема диссертации	Повышение квалификации (наименование организации, вид документа, тема, дата выдачи)
	и торговли имени Михаила Туган-Барановского», приказ № 1447с от 16.11.2017г.	Специальность «Учёт и аудит», квалификация «Магистр по учету и аудиту», 19.01.2006г.		

Программа составлена в соответствии с требованиями ГОС ВПО и учебным планом по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм» (Магистерская программа: Туризмоведение)