Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 19.11.2026 13:23:24
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА ТУРИЗМА

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
_____ Л. В. Крылова
(подпись)
«__25__» ____марта____ 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.20 МАРКЕТИНГ В ТУРИЗМЕ

Укрупненная группа направления подготовки	43.00.00 Сервис и туризм, 38.00.00 Экономика и управление
Образовательная программа высшего образования	программа бакалавриата
Направление подготовки	43.03.02 Туризм, 38.03.01 Экономика
Профиль	Туризм и экономика международных отношений ресторанно-гостиничного бизнеса
Институт/факультет	институт экономики и управления
Курс, форма обучения	очная форма обучения 2 курс

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк
2026

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в туризме» для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, 38.03.01 Экономика, профиль Туризм и экономика международных отношений, разработана в соответствии с ОПОП ВО для набора обучающихся 2026 года

Разработчик: Антонец Виктория Григорьевна, доцент кафедры туризма, кандидат экономических наук, доцент

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры туризма
Протокол от « 03 » февраля 2026 года № 20
Заведующий кафедрой туризма

_____ И.А. Ангелина
(подпись) (инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО:
Декан факультета ресторанно-гостиничного бизнеса
_____ И.В. Кощавка
Дата « 24 » февраля 2026 года

Врио директора института экономики и управления
_____ Д.А. Забарина
(подпись) (инициалы, фамилия)
Дата « 24 » февраля 2026 года

ОДОБРЕНО
Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»
Протокол от « 25 » марта 2026 года № 8

Председатель_____ Л.В. Крылова
(подпись) (инициалы, фамилия)

© Антонец В.Г., 2026 год
© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2026 год

1. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

<table>
<tr><td rowspan="2">Наименование показателя</td><td rowspan="2">Наименование укрупненной группы направлений подготовки, направление подготовки, профиль, программа высшего образования</td><td colspan="2">Характеристика дисциплины</td></tr>
<tr><td>очная форма обучения</td><td>заочная форма обучения</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Количество зачетных единиц – 4</td><td>Укрупненная группа направлений подготовки
43.00.00 Сервис и туризм
38.00.00 Экономика и управление</td><td colspan="2" rowspan="2">Обязательная</td></tr>
<tr><td>Направление подготовки
43.03.02 Туризм
38.03.01 Экономика</td></tr>
<tr><td>Модулей – 1</td><td rowspan="5">Профиль
Туризм и экономика международных отношений</td><td colspan="2">Год подготовки</td></tr>
<tr><td>Смысловых модулей – 3</td><td>2-й</td><td>-</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Общее количество

часов – 108</td><td colspan="2">Семестр</td></tr>
<tr><td>4-й</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лекции</td></tr>
<tr><td rowspan="11">Количество часов в неделю для очной формы обучения:

аудиторных – 4;
самостоятельной работы обучающегося – 5</td><td rowspan="11">Программа высшего образования – программа бакалавриата</td><td>32 час.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Практические, семинарские занятия</td></tr>
<tr><td>30 час.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Лабораторные занятия</td></tr>
<tr><td>-</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Самостоятельная работа</td></tr>
<tr><td>44,15 час.</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Индивидуальные задания*:</td></tr>
<tr><td>3 ТМК</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="2">Форма промежуточной аттестации:</td></tr>
<tr><td>зачет</td><td>-</td></tr>
</table>

Соотношение количества часов аудиторных занятий и самостоятельной работы составляет:

для очной формы обучения – 62/44,15

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины:

усвоение студентами основных направлений практической маркетинговой деятельности на туристическом рынке, овладение ими современных методик проведения маркетинговых исследований, применяемых туристическими предприятиями и организациями, анализа маркетинговой среды, разработки эффективной продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики туристических предприятий и организаций.

Задачи дисциплины:

исследование проблем, особенностей и современных тенденций развития маркетинга в туристических предприятиях и организациях; изучение технологии и основных направлений маркетинговых исследований туристического рынка; формирование знаний относительно разработки продуктовой политики, исходя из особенностей и специфики туристского продукта; реализации эффективной ценовой политики на туристических предприятиях; формирование системы сбыта туристского продукта; разработки эффективной коммуникационной политики туристических предприятий и организаций.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина Б1.О.20 «Маркетинг в туризме» относится к обязательной части ОПОП ВО.

Для изучения курса «Маркетинг в туризме» требуются знания и навыки по следующим дисциплинам*:* «Менеджмент в туризме», «Организация транспортного обслуживания в туризме».

Теоретические дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: *«*Реклама и ПР в туристической сфере», «Экономика и ценообразование в туризме».

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения изучения дисциплины у обучающегося должны быть сформированы **компетенции и индикаторы их достижения:**

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ИДК-1$_{ОПК-4}$ Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов. ИДК-2$_{ОПК-4}$ Организует продажи туристского продукта, с последующим продвижением турпродуктов и услуг в том числе с помощью он-лайн технологий и интернет. ИДК-3$_{ОПК-4}$ Формирует каналы сбыта турпродуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в сети Интернет
ПК-3 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ИДК-1$_{ПК-3}$ Осуществляет разработку и проведение экскурсий, мероприятий по продвижению туристского продукта (рекламных кампаний, презентаций, включая работу на специализированных выставках, распространение рекламных материалов, реклама в социальных медиа, месенджерах, тревелблогинг и др.). ИДК-2$_{ПК-3}$ Осуществляет оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных каналов, разрабатывает мероприятия по корректировке рекламных кампаний.
ПК-6 Способен применять	ИДК-1$_{ПК-6}$ Использует основные положения маркетинга для

Код и наименование компетенции	*Код и наименование индикатора достижения компетенции*
прикладные методы исследовательской деятельности в туристско-рекреационной сфере	исследования рынка туристских услуг и его компонентов, особенности конкуренции; маркетинговые исследования для формирования и продвижения туристского продукта, соответствующего запросам потребителей; ИДК-2$_{ПК-6}$ Применяет методы оценки рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов туристского рынка; ИДК-3$_{ПК-6}$ Применяет эффективные методы и технологии продаж туристского продукта с учетом предпочтений потребителей.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать: теоретические основы проектирования, организации и реализации стратегий и программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей; основные индивидуальные потребности и психофизиологические возможности человека, их взаимосвязь с социальной активностью человека, структуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов; основные классификации услуг и их характеристики; особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; теоретические основы маркетинга, основные тенденции и направления развития маркетинговых исследований, особенности маркетинга в туристской индустрии; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;

уметь: компетентно определять необходимую структуру и содержание туристского продукта; анализировать основные теоретические и практические направления и проблемы взаимодействия предприятия туристской индустрии и потребителей (клиентов); оценивать рынки сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии; выбирать и применять эффективные технологии продаж;

владеть*:* навыками создания новых туристских продуктов и услуг с использованием современных технологий и методов проектирования; навыками оценки удовлетворенности потребителей услугами туристской индустрии; навыками формирования туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Смысловой модуль 1. Теоретические аспекты маркетинга в туризме.

Тема 1. Сущность основных понятий маркетинга и развитие его концепций.

Тема 2. Особенности и перспективы развития маркетинга в туризме.

Смысловой модуль 2. Маркетинговые исследования в туристической сфере.

Тема 3. Технология маркетингових исследований в туризме.

Тема 4. Маркетинговые исследования на туристических предприятиях.

Тема 5. Сущность и характеристика процесса сегментирования туристического рынка.

Смысловой модуль 3. Конкурентоспособность маркетинговой политики в туризме.

Тема 6. Маркетинговая продуктовая политика туристического предприятия.

Тема 7. Маркетинговая ценовая политика туристического предприятия.

Тема 8. Маркетинговая политика сбыта туристического продукта.

Тема 9. Политика маркетинговых коммуникаций туристических предприятий.

6.СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Название смысловых модулей и тем	Количество часов											
	очная форма обучения						заочная форма обучения					
	всего	в том числе					всего	в том числе				
		л[1]	п[2]	лаб[3]	СР[4]	Пр[5]		л	п	лаб	СР[4]	Пр[5]
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Модуль 1. Маркетинг в туризме												
Смысловой модуль 1. Теоретические аспекты маркетинга в туризме												
Тема 1. Сущность основных понятий маркетинга и развитие его концепций.	8,5	2	2	-	4,5	-	-	-	-	-	-	-
Тема 2. Особенности и перспективы развития маркетинга в туризме.	8,5	2	2	-	4,5	-	-	-	-	-	-	-
Всего по смысловому модулю 1	**17**	**4**	**4**	**-**	**9**	-	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	-
Смысловой модуль 2. Маркетинговые исследования в туристической сфере												
Тема 3. Технология маркетинговых исследований в туризме.	12	4	4	-	4	-	-	-	-	-	-	-
Тема 4. Маркетинговые исследования на туристических предприятиях.	12	4	4	-	4	-	-	-	-	-	-	-
Тема 5. Сущность и характеристика процесса сегментирования туристического рынка.	10	4	2	-	4	-	-	-	-	-	-	-
Всего по смысловому модулю 2	**34**	**12**	**10**	**-**	**12**	-	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	-
Смысловой модуль 3. Конкурентоспособность маркетинговой политики в туризме												
Тема 6. Маркетинговая продуктовая политика туристического предприятия.	13	4	4	-	5	-	-	-	-	-	-	-
Тема 7. Маркетинговая ценовая политика туристического предприятия.	14	4	4	-	6	-	-	-	-	-	-	-

Тема 8. Маркетинговая политика сбыта туристического продукта.	14	4	4	-	6	-	-	-	-	-	-	-
Тема 9. Политика маркетинговых коммуникаций туристических предприятий.	14,15	4	4	-	6,15	-	-	-	-	-	-	-
Всего по смысловому модулю 2	**55,15**	**16**	**16**	**-**	**23,15**	-	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	-
Всего часов:	106,15	32	30	-	44,15	-	-	-	-	-	-	-
Катт	1,6						-					
СРэк												
ИК												
КЭ												
Каттэк	0,25						-					
Контроль							-					
Всего часов:	108						-					

Примечания: 1. л – лекции;
2. п – практические (семинарские) занятия;
3. лаб – лабораторные занятия;
4. СР – самостоятельная работа;
5. Пр – прочие виды работы (ИК, Катт, КЭ, Каттэк)
6. ИК – индивидуальные консультации;
7. Катт – контактная работа на аттестацию в период теоретического обучения;
8. СРэк – самостоятельная работа в период экзаменационных сессий;
9. КЭ – консультации перед экзаменом
10. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий.

7. ТЕМЫ СЕМИНАРСКИХ И ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1.	Сущность основных понятий маркетинга и развитие его концепций.	2	1
2.	Особенности и перспективы развития маркетинга в туризме.	2	1
3.	Технология маркетинговых исследований в туризме.	4	1
4.	Маркетинговые исследования на туристических предприятиях.	4	1
5.	Сущность и характеристика процесса сегментирования туристического рынка.	2	1
6.	Маркетинговая продуктовая политика туристического предприятия.	4	1
7.	Маркетинговая ценовая политика туристического предприятия.	4	1
8.	Маркетинговая политика сбыта туристического продукта.	4	1
9.	Политика маркетинговых коммуникаций туристических предприятий.	4	2

Всего:	32	10

8. ТЕМЫ ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ – не предусмотрены

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма

9. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	Название темы	Количество часов	
		очная форма	заочная форма
1.	Сущность основных понятий маркетинга и развитие его концепций.	10	14
2.	Особенности и перспективы развития маркетинга в туризме.	10	14
3.	Технология маркетинговых исследований в туризме.	8	14
4.	Маркетинговые исследования на туристических предприятиях.	8	14
5.	Сущность и характеристика процесса сегментирования туристического рынка.	8	14
6.	Маркетинговая продуктовая политика туристического предприятия.	8	14
7.	Маркетинговая ценовая политика туристического предприятия.	8	13
8.	Маркетинговая политика сбыта туристического продукта.	10	13
9.	Политика маркетинговых коммуникаций туристических предприятий.	10	13
Всего:		80	123

10. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

1) для слепых и слабовидящих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания заменяются устным ответом;
- для выполнения задания при необходимости возможно использование собственных увеличивающих устройств;

2) для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
- экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования с использованием дистанционной системы Moodle;

3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа;
- письменные задания заменяются устным ответом;
- экзамен проводится в устной форме.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается

использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

для слепых и слабовидящих:
- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа.

для глухих и слабослышащих:
- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

11. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные средства детализируются по видам работ в оценочных материалах по дисциплине, которые утверждаются на заседании кафедры.

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в очной форме обучения

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- собеседование (темы 3, 5, 8)	4	12
- доклад (темы 1, 2, 4, 6)	6	24
- тестирование (темы 1-9)	3	27
- разноуровневые задачи и задания (тема 7,9)	5	10
- текущий модульный контроль	9	27
Промежуточная аттестация	*зачет*	*100*
Итого за семестр	*100*	

Вопросы к зачету

1. История возникновения и развития маркетинга.
2. Сущность и эволюция концепций управления маркетингом.
3. Основные понятия маркетинга.
4. Основные цели, принципы и функции маркетинга.
5. Классификация маркетинга.
6. Особенности и перспективы развития маркетинга в туризме.
7. Понятие и особенности туристических услуг.
8. Сущность, содержание и особенности маркетинга в туризме.
9. Принципы туристического маркетинга.
10. Маркетинг мест и туристических дестинаций.
11. Технология маркетинговых исследований в туризме.
12. Маркетинговая среда исследования: сущность, состав, характеристика.
13. Маркетинговая туристическая информация.
14. Сущность, цели и виды маркетинговых исследований в туризме.
15. Методы маркетинговых исследований.
16. Характеристика процесса маркетинговых исследований.
17. Маркетинговые исследования на туристических предприятиях.
18. Туристический рынок как объект маркетингового исследования.

19. Маркетинговые исследования конкурентов и конкурентной среды.
20. Маркетинговые исследования потребителей туристических услуг.
21. Сущность и характеристика процесса сегментирования туристического рынка.
22. Понятие сегментирования туристического рынка.
23. Этапы процесса сегментирование туристического рынка.
24. Основные подходы к сегментированию туристического рынка.
25. Оценка и выбор сегментов рынка.
26. Позиционирование.
27. Маркетинговая продуктовая политика туристического предприятия.
28. Сущность, цели и задачи товарной (продуктовой) политики.
29. Жизненный цикл туристического продукта.
30. Внедрение нового туристского продукта на рынок.
31. Формирование товарного ассортимента и управления им.
32. Позиционирование туристического продукта на рынке.
33. Маркетинговая ценовая политика туристического предприятия.
34. Сущность, цели и задачи ценовой политики в туризме.
35. Факторы, определяющие ценовую политику на туристическом предприятии.
36. Характеристика основных методов ценообразования.
37. Виды ценовых стратегий.
38. Этапы процесса ценообразования.
39. Маркетинговая политика сбыта туристического продукта.
40. Содержание и особенности маркетинговой политики сбыта туристического продукта.
41. Характеристика каналов сбыта в туризме.
42. Выбор посредников и форма сотрудничества с ними.
43. Основные аспекты управления каналами распределения.
44. Политика маркетинговых коммуникаций туристических предприятий.
45. Комплекс маркетинговых коммуникаций.
46. Реклама как инструмент продвижения туристического продукта.
47. Персональная продажа и прямой маркетинг в комплексе маркетинговых коммуникаций туристического предприятия.
48. Связи с общественностью.
49. Дополнительные средства комплекса маркетинговых коммуникаций.
50. Формирование коммуникационной политики туристического предприятия.

12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу									**Максимальная сумма баллов**
Смысловой модуль № 1		**Смысловой модуль № 2**			**Смысловой модуль № 3**				
Т1[1]	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	100
9	18	7	9	16	9	8	7	17	

Государственная шкала оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале
90-100	«зачтено»
75-89	«зачтено»
60-74	«зачтено»
менее 60	«не зачтено»

13. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Ангелина, И.А. Маркетинг в туризме [Текст] : учебное пособие для студентов укрупненной группы 43.00.00 "Сервис и туризм" направления подготовки 43.03.02 "Туризм" очной и заочной форм обучения / И. А. Ангелина, В. Г. Антонец ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Факультет ресторанногостиничного бизнеса, Кафедра туризма . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2020 . ─ 202, [1] с.

2. Федоркина, И. А. Маркетинг в туризме [Текст] : учебное пособие для студентов укрупненной группы 43.03.00 "Сервис и туризм", направления подготовки: 43.03.02 "Туризм" очной и заочной форм обучения / И.А. Федоркина ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики, ГО ВПО "Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского", Факультет ресторанно-гостиничного бизнеса, Кафедра туризма . ─ Донецк : ДонНУЭТ, 2020 . ─ 97, [3] с.

3. Лисевич, А. В. Маркетинговые технологии в туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. В. Лисевич, Е. В. Лунтова, М. А. Джалая . ─ Саратов : Профобразование, 2019 . ─ Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

Дополнительная

1. Антонец В.Г. Маркетинг в туризме [Электронный ресурс]: электронный конспект лекций для студентов всех форм обучения, направления подготовки 43. 03. 02 «Туризм» / /В.Г.Антонец; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Каф. туризма. ─ Донецк: [ДонНУЭТ], 2016. -173 с. ─ Локал. компьютер. сеть НБ ГОВПО "ДонНУЭТ".

2. Тимошенко, Е. Ю. Сущность и особенности маркетинга в туризме [Электронный ресурс] / Е. Ю. Тимошенко, А. А. Криковцев // Маркетинг-дайджест: сб. тезисов научных докладов: научно-практическая интернет-конференция преподавателей, аспирантов, студентов, 29 ноября 2017 г., г. Донецк. 2017. Локал. компьютер. сеть НБ ДонНУЭТ. ─ С. 250.

3. Колесникова, Н.В. Маркетинговые исследования в туризме, гостеприимстве и сервисе [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н. В. Колесникова ; М-во образования РФ, ФГБОУ ВПО "Петрозав. гос. ун-т" . ─ Петрозаводск : ПетрГУ, 2018 . ─ Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

Учебно-методические издания:

Антонец В.Г. Туристический маркетинг [Текст] : Методические указания для практических занятий и самостоятельной работы для студентов направления подготовки 43.03.02 "Туризм", "бакалавриат" очной и заочной форм обучения / В.Г. Антонец; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО «Донецкий нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», Каф. туризма.– Донецк: ДонНУЭТ, 2018. –135 с.

14.ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. – [Донецк, 2021–]. – Текст : электронный.
2. Электронный каталог Научной библиотеки Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк : НБ ДОННУЭТ, 1999– . – URL:http://catalog.donnuet.ru. – Текст : электронный.
3. Автоматизированная интегрированная библиотечная система (АИБС) «МегаПро». – Москва : ООО «Дата Экспресс», 2024– . – Текст : электронный.
4. IPR SMART : весь контент ЭБС Ipr books : цифровой образовательный ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2007 –. – URL:http://www.iprbookshop.ru.

– Режим доступа: для авторизированных пользователей. – Текст. Аудио. Изображения : электронные.

5. Лань : электронная-библиотечная система. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2024. – URL:https://e.lanbook.com/ – Режим доступа: для авторизированных пользователей. – Текст : электронный.

6. СЭБ : Консорциум сетевых электронных бибилиотек / Электронная-библиотечная система «Лань» при поддержке Агентства стратегических инициатив. – Санкт-Петербург : Лань, cop. 2011–2024. – URL:https://seb.e.lanbook.com/ – Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань». – Текст : электронный.

7. Polpred : электронная библиотечная система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». – Москва : Полпред Справочники, cop. 1997–2024. – URL:https://polpred.com. – Текст : электронный.

8. Book on lime : дистанционное образование : электронная библиотечная система / издательство КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. – Москва : КДУ, cop. 2017 –. – URL:https://bookonlime.ru. – Текст . Изображение. Устная речь : электронные.

9. Информио : электронный справочник / ООО «РИНФИЦ». – Москва : Издательский дом «Информио», 2009 –. – URL: https://www.informio.ru. – Текст : электронный.

10. Университетская библиотека онлайн : электронная библиотечная система. – ООО «Директ-Медиа», 2006–. – URL:https://biblioclub.ru/ – Режим доступа: для авторизированных пользователей. – Текст : электронный.

11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Российский экономический унтиниверситет имени В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL:http://liber.rea.ru/login.php. – Режим доступа: для авторизированных пользователей. – Текст : электронный.

12. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019. – URL:http://library.fa.ru/ – Режим доступа: для авторизированных пользователей. – Текст : электронный.

13. Зональная научная библиотека имени Ю.А. Жданова / Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону : Южный федеральный университет, 2016 – . – URL:https://library.lib.sfedu.ru/ – Режим доступа: для авторизированных пользователей. – Текст : электронный.

14. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU: информационно- аналитический портал / ООО Научная электронная библиотека. – Москва : ООО Научная электронная библиотека, cop. 2000–2024. – URL:https://elibrary.ru. – Режим доступа: для зарегистрированных пользователей. – Текст : электронный.

15. CYBERLENINKA : Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012 – . – URL:http://cyberleninka.ru. – Текст : электронный.

16. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федеральная государственная информационная система / Министерство культуры Российской Федерации [и др.]. – Москва : Российская государственная библиотека : ООО ЭЛАР, [2008 –]. – URL:https://rusneb.ru/ – Текст. Изображение : электронные.

15.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Учебная аудитория № 3532 (для проведения занятий лекционного типа): рабочие места обучающихся – 52; рабочее место преподавателя - 1; компьютер в комплекте – 8; интерактивная панель-1; доска магнитно-маркерная -1; МФУ – 1;

2. Учебная аудитория № 3232 (для проведения практических занятий, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации): рабочие места обучающихся – 32; рабочее место преподавателя - 1; стационарная доска – 1; стенды для проведения лабораторных работ - 6.

16. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Фамилия, имя, отчество	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совмести-тельства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ)	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании*
Антонец Виктория Григорьевна	По основному месту работы	Должность-доцент кафедры туризма, кандидат экономических наук, доцент	Высшее, менеджмент организаций, менеджер-экономист, диплом кандидата экономических наук КА № 000083	1.Удостоверение о повышении квалификации №110400003924 от 04.03.2019 г., «Проектирование образовательного процесса в высшей школе на деятельностной основе. Модули: интернет-технологии в организации проектно-исследовательской деятельности студентов», 22 часа, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ухтинский государственный технический университет», г. Усинск 2. Справка о прохождении стажировки №2 от 17.03.2020 г., «Туристический рынок: современное состояние в аспекте развития компьютерных технологий», 72 часа, Туристическое агентство «Бархат Тревел», г. Донецк 3. Удостоверение о ПК № 771802826630, 27.05.2022 «Работа в электронной информационно-образовательной среде», ФГБОУВО "Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова", г. Москва. 4.Докторантура I год обучения ГО ВПО "ДонНУЭТ", Донецк (08.00.10 Финансы, денежное обращение и кредит). 5.Удостоверение о ПК № 3428, 03.11.2022 «Актуальные вопросы экономики, организации и управления АПК», ФГБОУВО "Государственный аграрный университет Северного Зауралья", г. Тюмень. 6.Удостоверение о ПК № 612400032223, 16.06.2023 «Организационно-методические аспекты разработки и реализации программ высшего образования по направлениям подготовки Сервис и Туризм», ФГБОУВО "Донской государственный технический университет", г. Ростов-на-Дону. 7.Диплом о профессиональной переподготовке № 772420963651, г.

				Москва от 09.01.2025 г. по программе «Финансы и кредит». Научная автономная некоммерческая организация «Институт профессионального образования», 936 часов. 8.Удостоверение о повышении квалификации № 0006679 от 17.05.2025 г. по дополнительной профессиональной программе «Методы и инструменты продвижения международных турпродуктов на целевых туристических рынках международного въезда», 21.04-17.05.2025г., АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства» г. Санкт-Петербург, 72 ч.