

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Институт экономики, управления и сервиса

Кафедра индустрии сервиса и туризма

УТВЕРЖДАЮ:

Директор института



Е. Ю. Меркулова

«04» июля 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.2.1 Стратегия и тактика поведения туристской фирмы на рынке

Направление подготовки/специальность: 43.04.02 - Туризм

Профиль/направленность/специализация: Экономико-правовое обеспечение туристского бизнеса

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2022

Тамбов, 2022

Авторы программы:

Доктор экономических наук, профессор Кузнецов Игорь Анатольевич

Кандидат экономических наук, доцент Шевяков Александр Юрьевич

Кандидат педагогических наук, Грицков Павел Михайлович

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.04.02 - Туризм (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «15» июня 2017 г. № 556).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры индустрии сервиса и туризма «29» июня 2022 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «04» июля 2022 г. № 11.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Магистра.....	6
3. Объем и содержание дисциплины.....	6
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	13
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	36
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	38
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	39

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления

ПК-3 Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- организационно-управленческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 33 Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и пр. в сферах: оказание туристских, экскурсионных услуг населению и иных услуг необходимых для организации и реализации путешествий; формирование, продвижение и реализация туристского продукта; деятельность объектов туристской инфраструктуры и туристских сервисов; проектирование в туризме)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ПК-1 Способен осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления	Формирует концепцию и планирует реализацию конкурентной стратегии развития предприятий сферы туризма
		Разрабатывает концепцию и осуществляет стратегическое планирование, организацию и контроль на предприятиях индустрии туризма
	ПК-3 Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма	Проводит оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять стратегическое планирование, организацию и контроль деятельности в сфере туризма на различных уровнях управления

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения		
		Очная (семестр)		
		1	2	3

1	Менеджмент в индустрии гостеприимства	+		
2	Методы принятия управленческих решений в сфере туризма			+
3	Организационно-управленческая практика			+
4	Прогнозирование и планирование туристской деятельности			+
5	Стратегический анализ поведения потребителей на рынке услуг			+
6	Стратегический маркетинг в индустрии туризма		+	
7	Стратегическое управление и проектирование в сфере туризма		+	

ПК-3 Способен оценивать эффективность управленческих решений по выбору концепции, разработке и плана реализации стратегии развития предприятий сферы туризма

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения	
		Очная (семестр)	
		2	3
1	Методы принятия управленческих решений в сфере туризма		+
2	Организационно-управленческая практика		+
3	Организация и управление гостиничным и ресторанным бизнесом		+
4	Организация санаторно-курортного дела		+
5	Прогнозирование и планирование туристской деятельности		+

6	Стратегический анализ поведения потребителей на рынке услуг		+
7	Стратегический маркетинг в индустрии туризма	+	
8	Стратегическое управление и проектирование в сфере туризма	+	
9	Управление гостиничными цепями		+

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Стратегия и тактика поведения туристской фирмы на рынке» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 43.04.02 - Туризм.

Дисциплина «Стратегия и тактика поведения туристской фирмы на рынке» изучается в 1, 2 семестрах.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 9 з.е.

Очная: 9 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	324
Контактная работа	78
Лекции (Лекции)	26
Практические (Практ. раб.)	52
Самостоятельная работа (СР)	172
Курсовая работа	2
Экзамен	72

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лек ции	Пра кт. раб.	СР	
		О	О	О	
1 семестр					
1	Современные тенденции развития индустрии туризма	3	7	20	Собеседование; Тестирование

2	Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности	4	7	19	Собеседование; Тестирование
3	Технология производства туристского продукта. Разработка программ обслуживания	3	6	19	Собеседование
4	Предпринимательство как вид профессиональной деятельности предприятия индустрии туризма	3	6	19	Тестирование
5	Разработка системы оплаты труда на предприятии СКС и туризма. Методы ценообразования в организации предпринимательской деятельности предприятий туризма. Ресурсное обеспечение предприятий туризма	3	6	19	Опрос; Практическое задание
2 семестр					
6	Стратегическое планирование туристского предприятия. Прогнозирование рынка сбыта услуг предприятия. Информационное обеспечение прогнозирования и планирования. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия.	3	5	26	Собеседование; Тестирование; Опрос

7	Принципы и методы прогнозирования туристской деятельности Разработка бизнес-планов туристского предприятия. Верификация прогнозов и оценка качества планов. Региональное планирование туристской деятельности.	2	5	26	Собеседование; Опрос; Реферат; Тестирование
8	Анализ факторов экономического окружения туристского предприятия. Прогнозирование рынка сбыта услуг предприятия. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия. Внутрифирменное финансово-экономическое планирование.	5	10	24	Тестирование; Опрос; Собеседование

Тема 1. Современные тенденции развития индустрии туризма (ПК-3)

Лекция.

Факторы, стимулирующие развитие туризма: новые направления развития науки и техники, появление новых технологий; экономическая и политическая ситуация в отдельных регионах мира и странах; нововведения, осуществляемые международными организациями, новые формы сотрудничества, внедряемые Всемирной туристской организацией, решения, принимаемые международными или региональными туристскими организациями, ассоциациями; получение новых знаний о туристских ресурсах в различных регионах земного шара; государственные законы, а также другие правовые акты, определяющие экономические и политические принципы функционирования туристских предприятий

Практическое занятие.

1. Изменение ситуации на рынках.
2. Появление новых туристских направлений.
3. Несоответствие предлагаемых услуг потребностям путешественников.
4. Изменение структуры спроса, появление новых требований со стороны потребителей к качеству туристской продукта.
5. Внедрение новшеств в деятельность производственных отраслей, тесно связанных с туристским бизнесом (транспортные компании, гостиницы, оздоровительные учреждения, средства связи и др.).

Задания для самостоятельной работы.

1. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию охарактеризуйте современные тенденции развития индустрии туризма в России и за рубежом. Раскрыть геополитические принципы, влияющие на технический прогресс в туризме.
2. Назвать механизмы, способствующие конкурентоспособности и продвижению гостиничных услуг.
3. Определить направления технического прогресса в оснащении туристских предприятий.
4. Раскрыть факторы, стимулирующие развитие туризма.
5. Определить характерные особенности процесса глобализации в индустрии туризма

Тема 2. Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности (ПК-3)

Лекция.

Субъекты туристской индустрии. Объекты туристской индустрии. Виды туристских предприятий. Функции туроператора и турагента. Основные различия между туроператором и турагентом. Туроператоры как субъекты рынка туризма. Классификация туроператоров по различным признакам: по виду деятельности (операторы массового рынка, специализированные операторы); по месту деятельности (местные (внутренние) туроператоры, выездные туроператоры, туроператоры на прием). Инициативные и рецептивные туроператоры. Процесс взаимоотношений между туроператором и турагентом. Специализация аутгоинг-туроператора: разработка, продвижение и реализация выездных международных туров. Факторы, осложняющие аутгоинг: необходимость досконального изучения продаваемого направления; максимальное знание маршрута, необходимость деловых контактов с зарубежными партнерами, зависимость от факторов косвенного влияния на туристический рынок. Классификация международных туроператоров на флайтеров и нон-флайтеров. Профиль работы аутгоинг-оператора. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры.

Направления деятельности инкаминг-оператора: разработка и продвижение национального туристического продукта на зарубежных туристических рынках, обслуживание прибывающих иностранных туристов на территории собственного государства.

Практическое занятие.

1. Особенности инкаминга как вида туристской деятельности: информированность туроператора об особенностях качества туристских услуг национальных поставщиков и условиях (экономических, правовых) их производства; ориентированность туристского продукта на иностранного потребителя; наличие государственной поддержки въездного туризма.
2. Требования, предъявляемые к инкаминг-оператору.
3. Документальное оформление взаимоотношений турфирмы с клиентом.
4. Документы по организации туристского путешествия.
5. Заключение договора.
6. Условия договора.
7. Договор между туроператором и турпосредником.

Задания для самостоятельной работы.

Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию определите специфику организации туристской деятельности в России. Определить основные различия между туроператором и турагентом. Проанализировать современные стандарты туристских услуг.

Охарактеризовать инкаминг и аутгоинг как виды коммерческой деятельности. Раскрыть направления деятельности инкаминг-оператора

Отразить специализацию аутгоинг-оператора. Проанализировать деятельность монопрофильных и многопрофильных туроператоров.

Тема 3. Технология производства туристского продукта. Разработка программ обслуживания (ПК-1)

Лекция.

Туристский продукт как комплекс туристских услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туриста во время путешествия. Тур – первичная продажная единица туристского продукта. Характерные особенности туристских услуг. Факторы и средства производства туристского продукта. Технология формирования туристского продукта: создание комплекса туристских услуг, согласованных по времени, месту, качеству, цене, порядку и продолжительности их оказания туристу; ценообразование готового туристско-го продукта; формирование ассортимента турпродукции и модификация турпродукта в зависимости от типов клиентов, типов туров, продолжительности поездки, качества входящих в состав туристского пакета услуг поставщиков; придание итоговому турпродукту максимальной привлекательности и конкурентных преимуществ.

Программа обслуживания – набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура. Этапы составления программы обслуживания. Методическое обеспечение (технологическая документация, полностью описывающая сам тур, процессы его производства и услуги, предоставляемые туристам) созданного туроператором туристского продукта. Набор технологической документации для каждого тура: технологическая карта туристского путешествия по маршруту; график загрузки туристского предприятия группами туристов на определенное время; информационный листок к путевке туристского путешествия; бланки путевок типовой формы ТУР-1 «Туристская путевка»; бланки договоров с потребителями (туристами), турагентами; договоры с партнерами – поставщиками услуг (гостиницами, транспортными компаниями, экскурсионными бюро и т.д.); калькуляция или расчет стоимости тура; описание маршрута; график движения по маршруту; карта-схема маршрута; текст путевой информации (для автобусных туров).

Практическое занятие.

1. Требования, предъявляемые к туристскому продукту.
2. Потребительские свойства туристского продукта.
3. Факторы, определяющие привлекательность туристского продукта: уникальность туристской программы (маршрут, продолжительность программы, фирменное наименование программы, время проведения тура...); уникальность посещаемых и демонстрируемых в ходе тура объектов показа и туристских ресурсов; конкурентные преимущества входящих в состав турпакета туристских услуг (размещение, перевозки, экскурсионные программы...); цена туристского продукта; уникальность туристского сервиса.
4. Описание технологических особенностей тура (памятка о сроках подачи заявок, заказов на транспорт, билеты, экскурсии и на бронирование в гостиничных предприятиях, предприятиях питания; бланки заявок; графики движения транспорта по маршруту; возможные пересадки, ожидания и пр.); тексты памяток для туристов (для загранпоездок в карантинные страны, для специализированных спортивных или приключенческих туров по снаряжению и т.д.); справочные материалы по маршруту; варианты рекламных проспектов и буклетов; прайс-листы, каталоги

Задания для самостоятельной работы.

1. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию охарактеризуйте факторы и средства производства национального туристского продукта. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию разработайте программу обслуживания историко-культурного тура.
2. Дать определение туристскому продукту.
3. Раскрыть процесс производства национального туристического продукта.
4. Определить особенности туристских услуг.
5. Назвать факторы и средства производства туристского продукта.
6. Охарактеризовать потребительские свойства туристского продукта.
7. Раскрыть понятие «программа обслуживания»
8. Определить и охарактеризовать этапы составления программы обслуживания.
9. Что включает в себя методического обеспечения туристского продукта.
10. Какие документы входят в набор технологической документации для каждого тура.

Тема 4. Предпринимательство как вид профессиональной деятельности предприятия индустрии туризма (ПК-3)

Лекция.

Сущность предпринимательства, согласно закону РФ «О предприятиях в предпринимательской деятельности» и Гражданскому Кодексу РФ. Функции предпринимательства. Классификация предпринимательства. Организационно-правовые и организационно-экономические формы предпринимательства в туристской сфере. Стадии предпринимательской деятельности предприятия индустрии туризма.

Практическое занятие.

1. Контроль за ходом предпринимательской деятельности.
2. Государственная поддержка предпринимательства.
3. Федеральная целевая программа «Поддержка малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».
4. Формы поддержки предпринимательства, реализуемые в ЦФО на региональном и местном уровнях.

Задания для самостоятельной работы.

1. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию проведите сравнительный анализ статей закона «Об основах туристской деятельности» в редакции 1996 года, 2007 года, 2011 года. Провести анализ процедуры регистрации туристского предприятия, регулирование процесса купли-продажи туристского продукта.
2. Виды договоров при оказании туристских услуг.
3. Разработка схемы движения турпродукта предпринимательства, реализуемые в ЦФО на региональном и местном уровнях.

Тема 5. Разработка системы оплаты труда на предприятии СКС и туризма. Методы ценообразования в организации предпринимательской деятельности предприятий туризма. Ресурсное обеспечение предприятий туризма (ПК-1)

Лекция.

Использование метода потребительской оценки на основании закона эластичности спроса по цене. Методика расчета коэффициента ценовой конкуренции. Использование метода удельного показателя и балловой оценки при определении цены методом конкурентного анализа. Пример составления калькуляции – расчета стоимости тура. Роль прибыли в деятельности предприятия. Практическая задача расчета прибыли на предприятии туристской индустрии. Порядок расчета источников и резервов формирования прибыли. Методика расчета рентабельности по видам: решение практической задачи

Сущность, содержание и классификация ресурсов предприятия. Сущность капитала как вида ресурсного обеспечения деятельности предприятия. Классификация капитала предприятия. Оценка эффективности капитала, показатели эффективности. Понятие трудовых ресурсов. Профессиональная и квалификационная структура персонала предприятия индустрии туризма. Квалификационные требования к персоналу на предприятиях СКС и туризма. Эффективность использования труда.

Практическое занятие.

1. Виды и формы стимулирования труда.
2. Финансовые ресурсы предприятия.
3. Источники формирования финансовых ресурсов.
4. Оценка эффективности финансовой деятельности предприятия.
5. Разработка организационной структуры конкретного предприятия индустрии туризма.
6. Составление штатного расписания.
7. Расчет основных и дополнительных форм оплаты труда.
8. Решение практической задачи по расчету оплаты труда работника за рабочий период.

Задания для самостоятельной работы.

1. Использование метода потребительской оценки на основании закона эластичности спроса по цене.
 2. Методика расчета коэффициента ценовой конкуренции.
 3. Использование метода удельного показателя и балловой оценки при определении цены методом конкурентного анализа
 4. . Пример составления калькуляции – расчета стоимости тура.
- nbsp; Разработка организационной структуры конкретного предприятия индустрии туризма.
Определение численности персонала по должностям.
6. Составление штатного расписания.
 7. Расчет основных и дополнительных форм оплаты труда.
 8. Решение практической задачи по расчету оплаты труда работника за рабочий период.

Тема 6. Стратегическое планирование туристского предприятия. Прогнозирование рынка сбыта услуг предприятия. Информационное обеспечение прогнозирования и планирования. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия. (ПК-1)

Лекция.

Задачи и функции стратегического планирования. Цели организации. Оценка и анализ внешней среды. Управленческое обследование организации. Изучение стратегических альтернатив. Стратегические хозяйственные подразделения. Виды рыночного спроса и его оценка

Практическое занятие.

1. Подходы к изучению рынка.
2. Прогнозирование сбыта.
3. Программные продукты для разработки бизнес-планов «Comfar 3 Expert», «ProjectExpert», «Альт-Инвест», для прогнозирования туристской деятельности «StatgraphicsSenturion», «ForecastExpert».

Задания для самостоятельной работы.

1. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию охарактеризуйте отечественную материально-техническую базу транспортных средств передвижения. Дать технические характеристики современным транспортным средствам.
 2. Раскрыть задачи транспортного обеспечения в СКС и туризме.
 3. Выявить особенности обслуживания туристов на железнодорожном транспорте.
 4. Раскрыть формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний.
 5. Проанализировать организацию перевозок туристов автомобильным транспортом.
- Охарактеризовать формы сотрудничества туроператоров и гостиничных предприятий

Тема 7. Принципы и методы прогнозирования туристской деятельности Разработка бизнес-планов туристского предприятия. Верификация прогнозов и оценка качества планов. Региональное планирование туристской деятельности. (ПК-3)

Лекция.

Принципы планирования. Виды управленческого планирования. Этапы процесса планирования. Директивное и индикативное планирование. Внутрифирменное планирование. Методы управленческого планирования. Критерии оценки прогнозных результатов. Верификация и качество прогноза. Оценка качества прогнозных и плановых методов. Особенности планирования туризма как комплексной системы. Планирование устойчивого развития туризма.

Практическое занятие.

1. Этапы регионального планирования: подготовка исследования, определение задач, анализ и синтез, разработка политики и структурного плана, выполнение и контроль.
2. Финансирование развития туризма: потребности, источники.

Задания для самостоятельной работы.

1. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию рассмотрите технологию доставки турпродукта к потребителю.
2. Охарактеризовать основные формы продажи туристского продукта.
3. Назвать методы и продвижения туристского продукта.
4. Выявить способы стимулирования потребителей. Расчет коэффициентов эффективности использования основных фондов: фондоотдачи, фондоемкости, фондовооруженности.
5. Расчет динамики основных фондов: обновления, выбытия, прироста.
6. Расчет суммы амортизационных отчислений.
7. Анализ показателей.

Тема 8. Анализ факторов экономического окружения туристского предприятия.

Прогнозирование рынка сбыта услуг предприятия. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия. Внутрифирменное финансово-экономическое планирование. (ПК-3)

Лекция.

Внешний и внутренний анализ предприятия. Анализ бизнес-окружения предприятия индустрии туризма. Факторы макроокружения: PEST-анализ. Процедура сбора и анализа маркетинговой информации. Методы анализа конкурентной среды, показатели количественной и качественной оценки. Анализ маркетинговых возможностей: SWOT-анализ. Оценка эффективности реализации туристского продукта. Анализ объема и структуры продаж в индустрии гостеприимства.

Практическое занятие.

1. Управление продажами (доходами) в гостиничном бизнесе: элементы методики yieldmanagement.
2. Показатель RevPAR – инструмент оценки эффективности работы отеля.
3. Роль прибыли в деятельности предприятия.
4. Практическая задача расчета прибыли на предприятии туристской индустрии. Порядок расчета источников и резервов формирования прибыли.
5. Методика расчета рентабельности по видам: решение практической задачи.
6. Раскрыть социально-психологические особенности туристской деятельности.
7. Определить содержание процесса обслуживания и продажи туристского продукта.
8. Раскрыть методы продажи туристского продукта.
9. Выявить основные направления в организации качества обслуживания туристов.
10. Назвать классы обслуживания туристов.

Задания для самостоятельной работы.

1. Используя лекционный материал, а также дополнительную литературу и информацию разработайте программу обслуживания туристов по определённому маршруту.
2. Оценка эффективности оборотных средств: анализ структуры оборотных средств, анализ оборачиваемости, анализ себестоимости, анализ движения денежных средств, анализ ликвидности.
3. Показатели оборачиваемости.
4. Методика сопоставления динамики коэффициентов оборачиваемости.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

1 семестр

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Современные тенденции развития индустрии туризма	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Тестирование(контрольный срез)	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1- менее 25% правильных ответов баллов не дает
2.	Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Тестирование(контрольный срез)	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1- менее 25% правильных ответов баллов не дает
3.	Технология производства туристского продукта. Разработка программ обслуживания	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
4.	Предпринимательство как вид профессиональной деятельности предприятия индустрии туризма	Тестирование	20	«20-18» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «17-15» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «14-10» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «9-4» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «3-1» ставится при выполнении 0% - 14% теста.
5.	Разработка системы оплаты труда на предприятии СКС и туризма. Методы ценообразования в организации предпринимательской деятельности предприятий	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.

	туризма. Ресурсное обеспечение предприятий туризма	Практиче ское задание	10	10 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 9 балла – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 7 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 5 балл – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов 3 балл - студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил более 3 грубых ошибок
6.	Премияльные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 15 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины – 15 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 5 / 15 / 20
7.	Ответ на экзамене		30	10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно» 18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо», 25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично».
8.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
9.	Итого за семестр		100	

2 семестр

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Стратегическое планирование туристского предприятия. Прогнозировани е рынка сбыта услуг предприятия. Информационн	Собеседо вание	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Тестиров ание(кон трольны й срез)	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1- менее 25% правильных ответов баллов не дает

	ое обеспечение прогнозировани и планирования. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия.	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
2.	Принципы и методы прогнозирования туристской деятельности Разработка бизнес-планов туристского предприятия. Верификация прогнозов и оценка качества планов. Региональное планирование туристской деятельности.	Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
		Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Реферат	10	20 баллов – студент выполнил работу без ошибок и недочетов. 15 баллов – студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов. 10 баллов – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов. 8 балла – студент правильно выполнил менее половины работы, допустил несколько недочетов; 5 балла – студент правильно выполнил не более 25% работы, допустил несколько недочетов или более 3 грубых ошибок.
		Тестирование	10	10 балла – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте 5 балла – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в тесте 3 балл – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте. 1- менее 25% правильных ответов баллов не дает
3.	Анализ факторов экономического окружения туристского	Тестирование(контрольный срез)	10	«10-9» ставится при выполнении 85% - 100% теста. «9-8» ставится при выполнении 60% - 84% теста. «7-6» ставится при выполнении 30% - 59% теста. «5-4» ставится при выполнении 15% - 29% теста. «3-1» ставится при выполнении 0% - 14% теста.

	предприятия. Прогнозирование рынка сбыта услуг предприятия. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия. Внутрифирменное финансово-экономическое планирование.	Опрос	5	Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание.
		Собеседование	5	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.
4.	Премиальные баллы	20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике – 15 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде – 15 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплине – 15 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК – 5 / 15 / 20	
5.	Ответ на экзамене	30	10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно» 18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо», 25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично».	
6.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы	70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы	
7.	Итого за семестр	100		

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

Распределение баллов по курсовой работе:

- представление содержательной части – не более 55 баллов,
- оформление и информационное сопровождение – не более 20 баллов,
- защита курсовой работы – не более 25 баллов.

Распределение баллов по видам учебной работы и методика начисления баллов:

№	Вид учебной работы	Мак. кол-во баллов	Методика начисления баллов
1.	Представление содержательной части	55	<p>41-55 баллов – содержание работы соответствует выбранному направлению подготовки/специальности и теме работы, работа актуальна, выполнена самостоятельно, имеет творческий характер, отличается определенной новизной; проведен обстоятельный анализ степени теоретического исследования проблемы, различных подходов к ее решению, показано знание информационной (при необходимости – нормативной) базы, использованы актуальные данные; проблема раскрыта глубоко и всесторонне, материал изложен логично; теоретические положения органично сопряжены с практикой, даны практические рекомендации, вытекающие из анализа проблемы; проведен количественный анализ проблемы, который подтверждает выводы автора, иллюстрирует актуальную ситуацию, приведены таблицы сравнений, графики, диаграммы, формулы, показывающие умение автора формализовать результаты исследования;</p> <p>21-40 баллов – содержание работы в целом соответствует выбранной теме, структура плана логична и пропорциональна; обоснование актуальности темы подкрепляется анализом степени теоретического исследования проблемы; основные положения работы раскрыты на достаточном теоретическом и методологическом уровне, большая часть теоретических положений сопряжена с практикой; практические рекомендации обоснованы; выводы по работе содержательны и в целом соответствуют поставленным задачам;</p> <p>1-20 баллов – имеет место определенное несоответствие содержания работы заявленной теме; исследуемая проблема в основном раскрыта, но не отличается новизной, теоретической глубиной и аргументированностью; выявлены недочеты в методологических характеристиках курсового исследования; есть нарушения логики изложения материала, поставленные задачи решены не полностью; теоретические положения слабо связаны с практикой, практические рекомендации носят формальный бездоказательный характер</p>
2.	Оформление и информационное сопровождение	20	<p>16-20 баллов – широко представлена библиография по теме работы, в том числе и зарубежные источники, приложения к работе иллюстрируют достижения автора и подкрепляют его выводы, оформление работы полностью соответствует требованиям, предъявляемым к курсовому исследованию;</p> <p>8-15 баллов – приложения, используемые в исследовании, составлены грамотно, прослеживается связь с положениями курсовой работы; список использованной литературы составлен, следуя ГОСТу, и в достаточной мере соответствует теме работы; имеются отдельные неточности в оформлении работы (отсутствует часть ссылок на используемые источники, есть отдельные стилистические, грамматические и орфографические ошибки);</p> <p>1-7 баллов – в работе не полностью использована необходимая для раскрытия темы научная литература, информационные базы данных, а также материалы исследований; библиографический список оформлен неверно; содержание приложений не отражает решения поставленных задач (отсутствуют необходимые приложения); имеются многочисленные неточности в оформлении работы</p>

3.	Защита курсовой работы	25	19-25 баллов – защита отличается полнотой раскрытия темы и представления полученных результатов; студент демонстрирует уверенность и убедительность манеры выступления; стиль и грамотность речи соответствуют культуре представления результатов научного исследования; ответы на дополнительные вопросы характеризуются краткостью и аргументированностью; 10-18 баллов – структура и регламент выступления в целом соблюдены; защита сопровождается грамматически правильной, эмоциональной речью; студент поддерживает хороший контакт с аудиторией; отмечается творческий подход в подготовке объектов наглядности презентации; дополнительные вопросы вызывают некоторые затруднения; 1-9 баллов – студент демонстрирует невысокое качество устного доклада; доступность и образность представления проделанной работы и полученных результатов вызывает вопросы; отмечается частичное несоответствие презентации содержанию курсового исследования; дизайн визуальной интерпретации представленной работы затрудняет ее восприятие
ИТОГО:		100	

Итоговая оценка по курсовой работе выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 5. Разработка системы оплаты труда на предприятии СКС и туризма. Методы ценообразования в организации предпринимательской деятельности предприятий туризма. Ресурсное обеспечение предприятий туризма

- 1 Калькулирование туристского продукта.
- 2 Калькулирование продукции и услуг на предприятиях питания, гостиничных предприятиях.
- 3 Метод потребительской оценки, факторы эластичности спроса по цене.
- 4 Методы конкурентного анализа: удельный метод, балловый метод.
- 5 Методы дифференциации цен на услуги туризма и социально-культурного сервиса

Тема 6. Стратегическое планирование туристского предприятия. Прогнозирование рынка сбыта услуг предприятия. Информационное обеспечение прогнозирования и планирования. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия.

1. Подходы к изучению рынка.
2. Прогнозирование сбыта.
3. Программные продукты для разработки бизнес-планов «Comfar 3 Expert», «ProjectExpert», «Альт-Инвест», для прогнозирования туристской деятельности «StatgraphicsSenturion», «ForecastExpert».

Тема 7. Принципы и методы прогнозирования туристской деятельности Разработка бизнес-планов туристского предприятия. Верификация прогнозов и оценка качества планов. Региональное планирование туристской деятельности.

- 1 Определение целей и задач предприятия. Требования к качеству поставленных целей.
- 2 Планирование ассортимента продукции. Товарная политика предприятия и ее формирование.
- 3 План сбыта продукции. План производства продукции. Основные показатели производственной деятельности предприятия. Измерение объема производства и реализации продукции.
- 4 Кадры или трудовые ресурсы предприятия. Планирование роста производительности труда.
- 5 Планирование численности работающих в отрасли туризма (на туристического предприятия).
- 6 Планирование фонда оплаты труда. Планирование высвобождения или сокращения персонала. Подготовка кадров и повышение квалификации работников предприятия.

Тема 8. Анализ факторов экономического окружения туристского предприятия. Прогнозирование рынка сбыта услуг предприятия. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия.

Внутрифирменное финансово-экономическое планирование.

Внешний и внутренний анализ предприятия. Анализ бизнес-окружения предприятия индустрии туризма. Факторы макроокружения: PEST-анализ. Процедура сбора и анализа маркетинговой информации. Методы анализа конкурентной среды, показатели количественной и качественной оценки. Анализ маркетинговых возможностей: SWOT-анализ. Оценка эффективности реализации туристского продукта. Анализ объема и структуры продаж в индустрии гостеприимства.

Практическое задание

Тема 5. Разработка системы оплаты труда на предприятии СКС и туризма. Методы ценообразования в организации предпринимательской деятельности предприятий туризма. Ресурсное обеспечение предприятий туризма

1. Качественные различия понятий «туруслуга» и «турпродукт». Различия туруслуги и турпродукта от любого товара.
2. Технологии продвижения туристского продукта в Интернете.
3. Нормативно-правовая база функционирования рекламного бизнеса. Особенности функционирования рекламного бизнеса в сфере туризма.
4. Роль дополнительных услуг в выборе покупателем того или иного турпродукта.
5. Основные средства распространения рекламы, их положительные и отрицательные стороны
6. Выбор оптимальных средств распространения рекламы в туризме..
7. Использование новых информационных технологий при разработке рекламного продукта турфирмы
8. Создание рекламного обращения. Уникальное торговое предложение.
9. Реклама и психология потребителя. Модели потребительского поведения и этапы принятия решения о покупке в туризме.
10. Особенности оценки эффективности рекламы в туризме. Разработка рекламного бюджета. Товарный знак и его использование в туризме. Особенности рекламы и паблик рилейшнз в туризме.
11. Цели, принципы и основные средства реализации «паблик рилейшнз». Взаимодействие рекламы и «паблик рилейшнз» при проведении комплексной рекламной кампании.
12. Особенности корпоративной рекламы в туризме.
13. История развития туристской рекламы, особенности ее становления в России
14. Цели и функции рекламы, типовой рекламный план как часть маркетингового плана
15. Реклама как социальный институт (реклама для потребителей и для туристского бизнеса), психологические особенности отношения к рекламеи организации.
16. Проблема кадров и профессионального персонала в реализации туристского продукта. Подходы к управлению
17. Внутренний менеджмент туристского предприятия и создание положительного имиджа.

18. Использование корпоративной рекламы в международной и отечественной рекламной деятельности в сфере туризма.
19. Экскурсионные программы для туристских маршрутов. Особенности организации экскурсионных программ для иностранных туристов.
20. Обеспечение безопасности туристов во время путешествия (на конкретном маршруте).

Реферат

Тема 7. Принципы и методы прогнозирования туристской деятельности Разработка бизнес-планов туристского предприятия. Верификация прогнозов и оценка качества планов. Региональное планирование туристской деятельности.

1. Геополитические принципы, влияющие на технический прогресс в туризме.
2. Факторы, стимулирующие развитие туризма.
3. Характерные особенности процесса глобализации в индустрии туризма.
4. Технический прогресс и оснащение туристских предприятий.
5. Целевое назначение туристских предприятий.
6. Туристские предприятия: определение, виды, признаки различия.
7. Понятие, функции туроператора.
8. Характеристика работы аутгоинг-оператора.
9. Характеристика работы инкам-оператора.
10. Характеристика работы инсайд-оператора.
11. Особенности туристских услуг.
12. Понятие «туристский продукт». Факторы производства туристского продукта.
13. Средства производства туристского продукта.
14. Технология производства туристского продукта.
15. Тур: определение, структура, виды.
16. Проектирование тура: документация, результат, методы контроля качества.
17. Проектирование услуги «Туристское путешествие».
18. Проектирование услуги «Туристский поход».
19. Программа обслуживания: определение, порядок составления.
20. Туроператорская и турагентская деятельность.
21. Технология формирования туров.
22. Технология доставки турпродукта к потребителю.
23. Технология производства туристского продукта.
24. Технология обслуживания клиентов турфирмы.
25. Технология продвижения туристского продукта.
26. Технология стимулирования продаж туристского продукта.
27. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме.
28. Современные системы бронирования авиабилетов.
29. Использование технологий в перевозках туристов.
30. Основные составляющие понятия «сервис пассажиров».
31. Социально-психологические особенности туристской деятельности.
32. Организационно-правовые основы туристского предприятия.
33. Правовое регулирование деятельности субъектов туристской индустрии.
34. Схемы взаимодействия современного отеля и туроператора.
35. Виды и характеристика поставщиков услуг.
36. Формирование корпоративных туристских продуктов.
37. Особенности личной продажи турпродукта.
38. Современная интерпретация теории жизненного цикла туристского продукта.

39. Характеристика типов туристов в зависимости от активности и стиля жизни.

Собеседование

Тема 1. Современные тенденции развития индустрии туризма

1. Индустрия туризма в современных условиях: состояние, проблемы и перспективы
2. Факторы, влияющие на состояние и развитие индустрии туризма
3. Развитие международного туризма. Тенденции развития международного туризма
4. Социально-экономические факторы развития туризма: факторы спроса
5. Социально-экономические факторы развития туризма: факторы предложения
6. Мотивационные основы формирования вида туризма
7. Основные факторы туристической мотивации

Тема 2. Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности

1. Понятие, функции туроператора.
2. Характеристика работы аутгоинг-оператора.
3. Характеристика работы инкам-оператора.
4. Характеристика работы инсайд-оператора.

Тема 3. Технология производства туристского продукта. Разработка программ обслуживания

1. Определить особенности туристских услуг.
2. Назвать факторы и средства производства туристского продукта.
3. Охарактеризовать потребительские свойства туристского продукта.
4. Раскрыть понятие «программа обслуживания»
5. Определить и охарактеризовать этапы составления программы обслуживания.
6. Что включает в себя методического обеспечения туристского продукта.
7. Какие документы входят в набор технологической документации для каждого тура.

Тема 6. Стратегическое планирование туристского предприятия. Прогнозирование рынка сбыта услуг предприятия. Информационное обеспечение прогнозирования и планирования. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия.

1. Сущность прогнозирования. Этапы процесса прогнозирования.
2. Качественные и количественные методы прогнозирования.
3. Прогнозирование и планирование показателей туристской деятельности на региональном уровне.
4. Система документов прогнозирования и планирования.
5. Планирование и прогнозирование в России.
6. Прогнозирование и планирование за рубежом: опыт США, Франции, Японии, Ю.Кореи, Бразилии, Китая и др.
7. Понятие стратегии. История становления и развития стратегического планирования.
8. Этапы формирования стратегического плана.

Тема 7. Принципы и методы прогнозирования туристской деятельности. Разработка бизнес-планов туристского предприятия. Верификация прогнозов и оценка качества планов. Региональное планирование туристской деятельности.

1. Концепция стратегии, пирамида уровней разработки стратегии.
2. Объединение стратегий различных уровней.
3. Формирование стратегических целей и задач развития туристского комплекса крупного города.
4. Экспертная оценка сильных и слабых сторон деятельности туристского предприятия, благоприятных возможностей и угроз внешней среды.

5 Определение ценностей высшего руководства предприятия.

6 Формулирование миссии предприятия.

Тема 8. Анализ факторов экономического окружения туристского предприятия. Прогнозирование рынка сбыта услуг предприятия. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия.

Внутрифирменное финансово-экономическое планирование.

1. Управление продажами (доходами) в гостиничном бизнесе: элементы методики yieldmanagement.
2. Показатель RevPAR – инструмент оценки эффективности работы отеля.
3. Роль прибыли в деятельности предприятия.
4. Практическая задача расчета прибыли на предприятии туристской индустрии. Порядок расчета источников и резервов формирования прибыли.
5. Методика расчета рентабельности по видам: решение практической задачи.
6. Раскрыть социально-психологические особенности туристской деятельности.
7. Определить содержание процесса обслуживания и продажи туристского продукта.
8. Раскрыть методы продажи туристского продукта.
9. Выявить основные направления в организации качества обслуживания туристов.
10. Назвать классы обслуживания туристов.

Тестирование

Тема 1. Современные тенденции развития индустрии туризма

1. Какой целевой законодательный акт регулирует деятельность туристской индустрии в Российской Федерации на сегодняшний день:
 - А) Целевая федеральная «Программа развития туризма в РФ»;
 - Б) Указ Президента РФ «О реорганизации и развитии туризма в РФ»;
 - В) Туристский Кодекс Российской Федерации;
 - Г) Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ»
2. В соответствии с рекомендациями ЮНВТО к основным типам туризма НЕ относится:
 - А) национальный;
 - Б) внутренний;
 - В) въездной;
 - Г) выездной
3. К какому виду туризма относятся поездки с целью ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями:
 - А) к деловому туризму;
 - Б) к познавательному туризму;
 - В) к рекреационному туризму;
 - Г) к сельскому туризму
4. Какая из нижеперечисленных функций относится к основным обязанностям турагента?
 - А) договорная (заключение договоров с поставщиками туристских услуг);
 - Б) калькулятивная (расчет стоимости тура);
 - В) реализационная (реализация туристского продукта на рынке);
 - Г) маркетинговая
5. Что из нижеперечисленного относится к одной из основных обязанностей туроператора:
 - А) информация и консультация клиентов;

- Б) формирование туристского продукта;
 - В) реализация туристского продукта на рынке;
 - Г) оформление договорной документации с клиентом
6. Назовите сокращенное наименование международной межправительственной организации в сфере туризма, действующей под патронажем ООН:
- А) ВТО;
 - Б) РОТ;
 - В) ЮНВТО;
 - Г) РСТ
7. Что из нижеперечисленного НЕ входит в понятие туристские ресурсы страны:
- А) природные и климатические условия;
 - Б) недра и полезные ископаемые;
 - В) достопримечательности и памятники культуры;
 - Г) удачное экономико-географическое положение
8. По своему положению турагентства делятся:
- А) на инициативные и рецептивные;
 - Б) на внешние и внутренние;
 - В) на крупные и мелкие;
 - Г) на независимые (самостоятельные) и дочерние
9. Какие две основные характеристики определяют качество туристских ресурсов:
- А) известность и доступность;
 - Б) запоминаемость и неповторимость;
 - В) узнаваемость и распространенность;
 - Г) заброшенность и обветшалость
10. К какому виду туристских ресурсов относится знаменитый смог (от англ. smoke — дым и fog — туман) - смесь из промышленных отходов и природного тумана - в таком крупном промышленном центре как Лондон:
- А) к природным;
 - Б) к антропогенным;
 - В) к климатическим;
 - Г) к смешанным

Тема 2. Специфика организации туроператорской и турагентской деятельности

1. Какие условия необходимы для развития туризма?

- а) политическая стабильность, развитие транспортной индустрии, развитие местной промышленности;
- б) природные богатства, инфраструктура, материальная база, транспортные услуги, ресурсы гостеприимства.
- в) все выше перечисленное

2. Основные отличия туриста от экскурсанта?

- а) в организации посещения другой местности;
- б) в целях путешествия;
- в) в длительности путешествия.

3. Каким образом подразделяются по построению трассы маршрута?

- а) линейные и кольцевые, радиальные;

- б) стационарные и кольцевые, радиальные;
- в) линейные, стационарные.

4. Дайте определение понятия «Тур»?

- а) Организованная совокупность услуг во время путешествия;
- б) Это индивидуальная или групповая поездка по определенному туристскому маршруту в конкретно определенный срок;
- в) Распространенный в туризме вид продажи товара, когда несколько услуг реализуются в наборе.

5. Туристский маршрут это?

- а) заранее спланированная трасса передвижения туристов, рассчитанная по времени с целью получения предусмотренных программой обслуживания услуг;
- б) путь передвижения путешественников, рассчитанный по времени с целью получения экскурсионных услуг;
- в) все вышеперечисленное.

6. Специалист, занимающийся разработкой индивидуальных и коллективных программ досуга?

- а) туроператор ;
- б) аниматор ;
- в) сценарист;

7. Основные услуги?

- а) услуги, включенные в стоимость тура;
- б) услуги, включенные в турпутевку;
- в) все вышеперечисленное.

8. Найдите соответствия: Город – Достопримечательность?

- а) Владимир а) Памятник «Тысячелетие России»
- б) Волгоград б) Эрмитаж
- в) Кострома в) Мамаев Курган
- д) Москва д) Золотые Ворота
- е) Новгород е) Ипатьевский монастырь
- ж) Санкт-Петербург ж) Колокольня Ивана Великого

9. Найдите соответствия: Город – Достопримечательность?

- а) Берлин а) Цвингер
- б) Париж б) Колизей
- в) Афины в) Версаль
- д) Рим д) Бранденбургские ворота
- е) Солт-Лейк-Сити е) Акрополь

ж)Дрезден ж)Великий Храм Мормонов

з) Мадрид з) Риксмузеум

и) Флоренция и)Музей Прадо

к)Амстердам к)Галерея Уффици

10. Найдите соответствия распространенных определений следующих городов?

1. Багдад а) «гранитный город»

2. Стамбул б) «жемчужина пустыни»

3. Дамаск в) «город лилии»

4. Париж г) «город золотого рога»

5. Абердин (Шотландия) д) «город мира»

11.Фирме-туроператору требуется автобус для проведения экскурсий. Организовать экскурсии планируется через каждые семь туродней. Запланированный пробег за год составляет 10 000 км. Туристическая фирма может использовать транспорт сторонней организации. При этом стоимость одного километрового пробега составляет 23 долл. Если приобрести автобус в собственность, то накладные (постоянные) затраты будут равны 5000 долл. Основные переменные затраты составят 12 долл. за километр. Требуется выбрать более эффективный вариант: пользоваться арендованным автобусом сторонней организации или использовать собственный транспорт.

а) пользоваться арендованным автобусом сторонней организации

б) использовать собственный транспорт.

12. Установите соответствие: Тип климата - Город ?

а)Арктический а)Лондон

б)Умеренный б) Владивосток

в)Средиземноморский в)Сингапур

г)Муссонный г)Барселона

д)Экваториальный д)Тикси

Тема 4. Предпринимательство как вид профессиональной деятельности предприятия индустрии туризма

1. Объектами туристского проектирования являются:

а) туристские продукты

б) туристские услуги

в) туристские предприятия

г) туристские комплексы

д) рекреационные учреждения

е) предприятия транспорта

2. Проект – это:

- а) план
- б) направление
- в) образ чего-то
- г) способ достижения цели
- д) комплекс мероприятий

3. Определение проектной идеи - это:

- а) заключительный этап процесса проектирования
- б) начальный этап процесса проектирования
- в) этап формирования стратегии
- г) цель планирования
- д) цель турпроектирования

4. Обоснование проектной идеи необходимо для:

- а) разработки проектного замысла
- б) определения направлений развития
- в) формирование стратегии
- г) повышения конкурентоспособности объекта проектирования

5. Факторами производства туристского продукта являются:

- а) туристские ресурсы;
- б) туристские услуги;
- в) рекреационные услуги;
- г) трудовые ресурсы;
- д) капитал.

6. Укажите последовательность проектирования туристской услуги:

- а) разработка технологической документации;
- б) установление нормируемых характеристик услуги;
- в) определение методов контроля качества;
- г) анализ проекта;
- д) установление технологии процесса обслуживания туристов;
- е) представление проекта на утверждение.

7. В зависимости от перемещения по пути следования различают следующие виды маршрутов:

- а) линейные;
- б) кольцевые;
- в) радиальные;
- г) смешанные;
- д) все ответы верны;

8. Все технологические документы комплектуются

- а) в папку тура;
- б) в папку путешествия;
- в) в папку похода;
- г) в папку маршрута.

9. Предприятия, которые участвуют в комплексном обслуживании туристов во время прохождения тура называются:

- а) туристскими предприятиями;
- б) поставщиками услуг;
- в) гостиничными предприятиями;
- г) предприятиями питания

10. Тур с жестким, заранее спланированным набором услуг, сориентированным на определенный вид отдыха или туризма, а также социальный класс туристов и их возраст - это:

- а) заказной тур;
- б) инклюзив-тур;
- в) индивидуальный тур.

11. Укажите каналы доставки туристского продукта к потребителю:

- а) прямой;
- б) вертикальный;
- в) горизонтальный;
- г) косвенный;
- д) все ответы верны.

12. Укажите группы документов, используемые для оформления взаимоотношений турфирмы с клиентом:

- а) документы для заказа;
- б) документы для клиента;
- в) документы, утверждающие личность менеджера турфирмы;
- г) документы, утверждающие личность туриста.

13. К основным техническим факторам, влияющим на комфортность перевозки, относятся:

- а) разработка условий перевозки пассажиров отдельных категорий;
- б) конструкторские и эргономические особенности пассажирских кресел;
- в) ускорение прохождения пассажирами регистрации, паспортного и таможенного контроля;
- г) разработка льготных тарифов и скидок для пассажиров.

14. Документ, наглядно и лаконично дающий все необходимые для работы сведения и данные по туристскому маршруту:

- а) технологическая карта туристского путешествия;
- б) график загрузки туристских предприятий по маршруту;
- в) информационный листок к путевке туристского путешествия.

15. Туристская организация, занимающаяся формированием, продвижением и реализацией туристского продукта – это:

- а) турагентство;
- б) туроператор;
- в) поставщик услуг.

Тема 6. Стратегическое планирование туристского предприятия. Прогнозирование рынка сбыта услуг предприятия. Информационное обеспечение прогнозирования и планирования. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия.

1. Стратегическое планирование – это:

- а. Комплекс мероприятий, направленных на решение первостепенных целей и задач фирмы

б. Процесс разработки стратегии фирмы, при котором план развития конкретизируется на длительный период с подробным описанием решений и действий, необходимых для достижения целей плана

в. Процесс создания заданий для каждого члена трудового коллектива фирмы

2. Виды корпоративной стратегии диверсификации:

а. Связанная и несвязанная

б. Общая и частная

в. Конкретная и абстрактная

3. Высший уровень стратегического менеджмента – это:

а. Корпоративный

б. Деловой

в. Общественный

4. Назовите три элемента, составляющих процесс стратегического менеджмента:

а. Стратегическое планирование, анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы

б. Анализ внешней среды, формирование целей и задач фирмы, реализация стратегии

в. Стратегическое планирование, реализация стратегии, контроль и регулирование

5. Будущее фирмы, предсказанное методом экстраполяции исторически сложившихся тенденций развития – это:

а. Среднесрочное планирование

б. Долгосрочное планирование

в. Прогнозирование

6. Какая ошибка наиболее часто встречается при реализации новой стратегии?

а. Отсутствуют необходимые ресурсы

б. Необходимо много времени для приспособления к новым условиям рынка

в. Новая стратегия автоматически налагается на старую управленческую структуру

7 - Тест. Что предполагает оценка стоимости стратегических программ элементарным методом?

а. Выделение элементов затрат по каждой из работ, входящих в программу

б. Калькулирование затрат на каждую из работ, входящих в программу

в. Сравнительный анализ и укрупненные расчеты на основе аналогичных проектов, реализованных ранее

8. Процесс комплексного анализа внутренних ресурсов и возможностей предприятия, направленный на оценку текущего состояния бизнеса, его сильных и слабых сторон, выявление стратегических проблем – это:

а. SWOT-анализ

б. STEP-анализ

в. Управленческий анализ

9. Какая из стратегий наиболее подходящая для фирм-лидеров рынка определенной отрасли?

а. Стратегия отличительного имиджа

б. Стратегия специализации

в. Стратегия активной обороны

10. Что подразумевает PEST-анализ?

а. Анализ политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, способных повлиять на деятельность фирмы

б. Группировку всех факторов внутренней среды и изучение каждой из них в контексте влияния на развитие фирмы

в. Изучение наиболее сильных конкурентов фирмы

Тема 7. Принципы и методы прогнозирования туристской деятельности Разработка бизнес-планов туристского предприятия. Верификация прогнозов и оценка качества планов. Региональное планирование туристской деятельности.

1. Стратегия, определяемая на этапе конкурентного анализа в процессе стратегического планирования

общая

конкурентная

товарная

2. Метод, наиболее оптимально прогнозирующий темпы роста реальных доходов населения
сравнения

корректировки по индексу цен

эластичности спроса

3. Методы, наиболее предпочтительные при прогнозировании спроса на потребительские товары
экстраполяции

экспертных оценок

факторного анализа

4. Базовое направление при разработке региональной территориально-отраслевой модели прогноза
директивное сверху вниз

индикативное снизу вверх

реактивное по периодам

5. Стратегия, определяемая на этапе стратегического анализа при использовании способа ликвидации разрыва

товарная

развития

функциональная

6. Определяющее значение при прогнозировании промышленного развития на макроуровне имеют
...

исследования рынков

приоритеты развития

расчеты возможностей

7. Наиболее точный показатель эффективности инвестиций в условиях рыночных отношений

срок окупаемости

индекс доходности

чистая дисконтированная стоимость

8. Виды ресурсов, учет и использование которых предполагает балансовый метод в планировании

материальные

творческие

технические

9. Критерий, по которому наиболее предпочтительно оценивать эффективность функционирования экономического субъекта

издержки производства

объем прибыли

рентабельность

10. Наиболее эффективная конкурентная стратегия при прогнозировании параметров материального производства

низких издержек

диверсификации

специализации

Тема 8. Анализ факторов экономического окружения туристского предприятия. Прогнозирование рынка сбыта услуг предприятия. Планирование себестоимости туристских услуг и цен предприятия.

Внутрифирменное финансово-экономическое планирование.

1. Отличительными чертами туристских услуг являются:

- а) неосвязаемость;
- б) надежность;
- в) неразрывность производства и потребления;
- г) невозможность хранения;
- д) все ответы верны.

2. Факторами производства туристского продукта являются:

- а) туристские ресурсы;
- б) туристские услуги;
- в) рекреационные услуги;
- г) трудовые ресурсы;
- д) капитал.

3. Формирование турпакета – это:

- а) инсайдинг;
- б) туопрейтинг;
- в) описание маршрута.

4. Укажите последовательность проектирования туристской услуги:

- а) разработка технологической документации;
- б) установление нормируемых характеристик услуги;
- в) определение методов контроля качества;
- г) анализ проекта;
- д) установление технологии процесса обслуживания туристов;
- е) представление проекта на утверждение.

1 1. К методам контроля качества относятся:

- а) визуальные;
- б) аналитические;
- в) социологические;
- г) все ответы верны.

6. Программа обслуживания туристов составляется

- а) в два этапа;
- б) в три этапа;
- в) в четыре этапа.

7. В зависимости от перемещения по пути следования различают следующие виды маршрутов:

- а) линейные;
- б) кольцевые;
- в) радиальные;
- г) смешанные;
- д) все ответы верны;

8. Все технологические документы комплектуются

- а) в папку тура;
- б) в папку путешествия;
- в) в папку похода;
- г) в папку маршрута.

9. К преимуществам заказных туров относятся:

- а) наличие услуг, не интересующих клиента;
- б) предоставление выбора разных вариантов обслуживания по каждому из видов услуг;
- в) участие туриста в составлении программы своего отдыха;
- г) наличие возможности показать привлекательность туристского продукта.

10. Предприятия, которые участвуют в комплексном обслуживании туристов во время прохождения тура называются:

- а) туристскими предприятиями;
- б) поставщиками услуг;
- в) гостиничными предприятиями;
- г) предприятиями питания

11. Сотрудничество туроператора с экскурсионной компанией может строиться на условиях заказа:

- а) экскурсии с автосопровождением;
- б) экскурсии без автосопровождения;
- в) все ответы верны.

12. Укажите чартерную программу, при которой на одном участке пути пассажиры летят регулярными авиалиниями, на оставшемся – чартерными:

- а) транзит-чартер;
- б) сплит-чартер;
- в) шаттл-чартер;

13. Тур с жестким, заранее спланированным набором услуг, сориентированным на определенный вид отдыха или туризма, а также социальный класс туристов и их возраст - это:

- а) заказной тур;
- б) инклюзив-тур;
- в) индивидуальный тур.

14. Достоинствами автотранспортного обслуживания являются:

- а) мобильность;
- б) доступность;
- в) невысокая скорость передвижения;
- г) высокие тарифы;
- (!) возможность провоза крупного багажа.

15. Основными инструментами продвижения туристского продукта на рынок являются:

- а) работа с агентствами;
- б) реклама;
- в) сувениры;
- г) стимулирование сбыта;
- д) паблик рилейшнз.

16. Укажите каналы доставки туристского продукта к потребителю:

- а) прямой;
- б) вертикальный;
- в) горизонтальный;
- г) косвенный;
- д) все ответы верны.

17. Укажите группы документов, используемые для оформления взаимоотношений турфирмы с клиентом:

- а) документы для заказа;
- б) документы для клиента;
- в) документы, подтверждающие личность менеджера турфирмы;
- г) документы, подтверждающие личность туриста.

18. К основным техническим факторам, влияющим на комфортность перевозки, относятся:

- а) разработка условий перевозки пассажиров отдельных категорий;
- б) конструкторские и эргономические особенности пассажирских кресел;
- в) ускорение прохождения пассажирами регистрации, паспортного и таможенного контроля;
- г) разработка льготных тарифов и скидок для пассажиров.

19. Документ, наглядно и лаконично дающий все необходимые для работы сведения и данные по туристскому маршруту:

- а) технологическая карта туристского путешествия;
- б) график загрузки туристских предприятий по маршруту;
- в) информационный листок к путевке туристского путешествия.

20. Туристская организация, занимающаяся формированием, продвижением и реализацией туристского продукта – это:

- а) турагентство;
- б) туроператор;
- в) поставщик услуг.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ПК-1, ПК-3)

Типовые вопросы экзамена

1. Поставщики услуг: виды, характеристика.
2. Сущность экскурсии и ее функции.
3. Классификация экскурсий.
4. Структура экскурсии и ее признаки.
5. Подготовка экскурсии: тема, цель и задачи экскурсии.
6. Подготовка экскурсии: изучение и отбор экскурсионных объектов, разработка маршрута экскурсии.
7. Подготовка экскурсии: изучение материалов по теме экскурсии и уточнение маршрута экскурсии.
8. Подготовка экскурсии: контрольный текст экскурсии.
9. Подготовка экскурсии: индивидуальный текст экскурсии.
10. Подготовка экскурсии: «портфель экскурсовода».
11. Подготовка экскурсии: технологическая карта экскурсии.
12. Процесс проведения пробной экскурсии.
13. Структура проведения экскурсии: показ экскурсионных объектов и экскурсионный рассказ.
14. Структура проведения экскурсии: методические приемы проведения экскурсий.
15. Структура проведения экскурсии: техника ведения экскурсии.
16. Технология подготовки экскурсионного тура при организации внутреннего и выездного туризма.
17. Особенности контакта экскурсовода с группой.
18. Формы сотрудничества туроператоров и гостиничных предприятий.
19. Сотрудничество туроператоров и гостиниц на условиях комитмента.
20. Сотрудничество туроператоров и гостиниц на условиях элонтмента.
21. Сотрудничество туроператоров и гостиниц на условиях безотзывного бронирования.
22. Основные формы продвижения туристского продукта.
23. Технология доставки туристского продукта к потребителю.
24. Технология стимулирования продаж туристского продукта.
25. Международные стандарты финансового учета
26. Эволюция финансовой отчетности предприятия в России
27. Цели и задачи финансово-экономического анализа туристского предприятия
28. Вертикальный анализ
29. Горизонтальный анализ
30. Основные формы финансовой отчетности
31. Виды и функции финансовой отчетности
32. Бухгалтерская отчетность и методология ее составления
33. Цели бухгалтерской отчетности.

34. Виды балансов.
35. Актив баланса. Пассив баланса.
36. Анализ состава основных средств.
37. Коэффициент износа, коэффициент ввода и выбытия основных средств.
38. Понятие «внеоборотные активы», «оборотные активы».
39. «Отчет о прибылях и убытках».
40. Методы оценки запасов (ФИФО, ЛИФО).
41. Понятие затрат. Виды и классификация затрат.
42. Понятие регулируемых и нерегулируемых затрат.
43. Калькулирование затрат.
44. Анализ ликвидности баланса.
45. Показатели ликвидности.
46. Анализ платежеспособности.
47. Анализ деловой активности и рентабельности фирмы.
48. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности.

Типовые задания для экзамена (ПК-1, ПК-3)

Типовые экзаменационные задания

1. Формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний.
2. Технология обслуживания авиапассажиров.
3. Современные системы бронирования авиабилетов.
4. Особенности обслуживания туристов на железнодорожном транспорте.
5. Организация перевозок туристов автомобильным транспортом.
6. Особенности обслуживания отдельных категорий пассажиров.
7. Поощрительные программы для пассажиров.
8. Основные классы обслуживания туристов на транспорте.
9. Основные составляющие понятия «сервис пассажиров».
10. Технология организации зарубежных круизов.
11. Технология обслуживания клиентов турфирмы.
12. Классификация методов продаж туристского продукта.
13. Формы контакта турфирмы с потенциальными потребителями.
14. Документальное оформление взаимоотношений турфирмы с клиентом.
15. Организация расчетов с клиентами.
16. Технология продвижения туристского продукта.

Типовые темы курсовых работ (ПК-1, ПК-3)

1. Анализ влияния товарного ассортимента на стратегию развития туристской фирмы
2. Анализ и оценка привлекательности сегментов. Выбор целевых сегментов
3. Анализ конкурентных позиций туристской фирмы на товарном рынке
4. Анализ рыночных возможностей туристской фирмы на целевом рынке
5. Ассортиментная политика фирмы: сущность, проблемы эффективного управления
6. Базовые и конкурентные стратегии туристской фирмы
7. Виды риска и способы уменьшения их отрицательных последствий
8. Внутренняя и внешняя ревизия маркетинговой деятельности
9. Коммуникационная политика туристской фирмы: сущность, структура, проблемы эффективности
10. Конкурентоспособность услуги: объект, предмет, концепции, управление
11. Конкурентоспособность туристской фирмы: объекты, предмет, концепции.
12. Контроль в маркетинге: сущность, объекты, типы, цели, приемы и методы
13. Концепция продажи туристической услуги

14. Повышение конкурентоспособности российского товара и управление его качеством
15. Позиционирование товара и фирмы: сущность, стратегии, процедура, управление
16. Портфельный анализ направлений деятельности фирмы
17. Проблемы адаптации стратегий и тактики фирмы к меняющимся реалиям рынка

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ПК-1	На высоком уровне формирует концепцию и планирует реализацию конкурентной стратегии развития предприятий сферы туризма.
		На высоком уровне формирует концепцию и планирует реализацию конкурентной стратегии развития предприятий сферы туризма.
	ПК-3	На высоком уровне проводит оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма.
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ПК-1	На достаточном уровне формирует концепцию и планирует реализацию конкурентной стратегии развития предприятий сферы туризма.
		На достаточном уровне формирует концепцию и планирует реализацию конкурентной стратегии развития предприятий сферы туризма.
	ПК-3	На достаточном уровне проводит оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма.
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ПК-1	На достаточном уровне формирует концепцию и планирует реализацию конкурентной стратегии развития предприятий сферы туризма.
		Демонстрирует не достаточный уровень знаний в формировании концепции и планировании реализации конкурентной стратегии развития предприятий сферы туризма.
	ПК-3	Демонстрирует не достаточный уровень знаний проведения оценки эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма.
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-1	Не способен формировать концепцию и планировать реализацию конкурентной стратегии развития предприятий сферы туризма.
		Не способен формировать концепцию и планировать реализацию конкурентной стратегии развития предприятий сферы туризма.
	ПК-3	Не знает и не способен проводить оценку эффективности управленческих решений по стратегическим направлениям деятельности предприятий сферы туризма.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;

- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Морозов М. А., Морозова Н. С., Карпова Г. А., Хорева Л. В. Экономика туризма : учебник. - М.: [Федеральное агенство по туризму], 2014. - 306 с.
2. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта : учеб. пособие. - М.: [Федеральное агенство по туризму], 2014. - 304 с.

6.2 Дополнительная литература:

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - Изд. 9-е, перераб. и доп.. - М., СПб.: Изд-во "Невский Фонд", "Издательский дом Герда", 2007. - 576 с.
2. Гущина И.А., Зайцева Н.А. Документационное обеспечение управления в социально-культурном сервисе и туризме : учеб. пособие. - М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2014. - 239 с.

6.3 Иные источники:

1. Федеральный портал «Российское образование» - <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» - <http://school-collection.edu.ru/>
3. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки - <http://obrnadzor.gov.ru>
4. Вопросы образования - <http://www.ecsocman.edu.ru/vo>
5. Каталог образовательных ресурсов сети Интернет - www.catalog.iot.ru
6. Словари и энциклопедии он-лайн - <http://dic.academic.ru>

7. Интернет-энциклопедии - <http://www.rubicon.com/>
8. Библиотека ГОСТов - www.vsegost.com
9. Всемирная туристская организация (UNWTO) - <http://www.unwto.org>
10. Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) - <http://www.wttc.org>
11. Федеральное агентство по туризму Российской Федерации - <http://www.russiatourism.ru>
12. Ежедневная электронная газета "RATA news", выпускаемая Российским союзом туриндустрии - www.ratanews.ru
13. Справочно-правовая система ГАРАНТ - www.garant.ru

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows XP SP3

Операционная система "Альт Образование"

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

CorelDRAW Graphics Suite X3

Adobe Photoshop CS3

7-Zip 9.20

1С:Предприятие 8.2 (8.2.18.61) учебная

IBM SPSS Statistics 20

Oracle VM VirtualBox 3.2.10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

LiteManager Pro - Server

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Springer Open (ресурсы Springer открытого доступа): база данных. – URL: <https://www.springeropen.com>

2. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных. – URL: <https://apps.webofknowledge.com>

3. Scopus: база данных. – URL: <https://www.scopus.com>

4. Платформа Springer Link. – URL: <https://link.springer.com>

5. Платформа Nature. – URL: <https://www.nature.com/siteindex>

6. Справочная правовая система "Консультант плюс". – URL: <http://www.consultant.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.