

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»**

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 01.03.2022 13:39:56

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfdb603f94388008e29877a66bcf5

**УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»**

**Факультет экономики и управления**

**Кафедра «Экономика и туризм»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебно-методической работе

С.С. Скараник

«01» сентября 2021 г.



## **ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Направление подготовки 43.03.02 «Туризм»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

для всех форм обучения

Программа рассмотрена и  
одобрена Ученым советом УЭУ  
Протокол № 1 «31» августа 2021 г.

Симферополь 2021

## Содержание

1. Общие положения	3
2. Виды профессиональной деятельности выпускников и соответствующие им задачи профессиональной деятельности	4
2.1. Виды профессиональной деятельности	4
2.2. Задачи профессиональной деятельности	4
3. Требования к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы	5
4. Требования к выпускной квалификационной работе	8
5. Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию.	10
6. Примерная тематика и порядок утверждения тем выпускных квалификационных работ	13
7. Порядок выполнения выпускной квалификационной работы	15
8. Порядок защиты выпускной квалификационной работы	16
9. Критерии оценивания выпускной квалификационной работы	17
10. Фонд оценочных средств	20
11. Методические рекомендации по проведению государственной итоговой аттестации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	40
12. Учебно-методическое и информационное обеспечение выпускной квалификационной работы	42

## 1. Общие положения

Государственная итоговая аттестация представляет собой форму оценки степени и уровня освоения обучающимися образовательной программы. Итоговая аттестация проводится на основе принципов объективности и независимости оценки качества подготовки обучающихся. В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации "Об образовании в Российской Федерации" (от 29.12.2012 г. №273-ФЗ), итоговая аттестация, завершающая освоение основных профессиональных образовательных программ, является обязательной и проводится в порядке и в форме, которые установлены образовательной организацией.

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися основных профессиональных образовательных программ соответствующим требованиям Федерального государственного образовательного стандарта (Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата)» от 8.06.2017 г. № 516).

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план, если иное не установлено порядком проведения государственной итоговой аттестации по соответствующим образовательным программам. При условии успешного прохождения итоговых аттестационных испытаний выпускнику высшего учебного заведения присваивается соответствующая квалификация (степень) и выдается диплом государственного образца о высшем образовании соответствующего уровня.

Обучающиеся, не прошедшие государственную итоговую аттестацию или получившие на государственной итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, вправе пройти государственную итоговую аттестацию в сроки, определяемые порядком проведения государственной итоговой аттестации по соответствующим образовательным программам. К проведению государственной итоговой аттестации по основным профессиональным образовательным программам привлекаются представители работодателей или их объединений.

Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) и основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОПОП ВО).

Государственная итоговая аттестация по направлению подготовки 43.03.02 Туризм в АНО «ООВО» «Университет экономики и управления» предусматривает подготовку и защиту выпускной квалификационной работы

(ВКР).

Порядок и сроки проведения аттестационных испытаний устанавливаются в соответствии с графиком учебного процесса, учебным планом по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, а также с учетом требований соответствующих образовательных стандартов высшего образования в части, касающейся требований к государственной итоговой аттестации выпускников, и утверждаются не позднее чем за 6 месяцев до начала государственной итоговой аттестации.

Обучающиеся обеспечиваются программами государственных экзаменов, им создаются необходимые для подготовки условия, проводятся консультации. Для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья государственная итоговая аттестация проводится с учетом особенностей их психофизиологического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Программа и порядок проведения государственной аттестации разработаны в соответствии с требованиями:

- Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по соответствующему направлению подготовки;
- действующего Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, специалитета и магистратуры от 29 июня 2015 г. № 636.

## **2. Виды профессиональной деятельности выпускников и соответствующие им задачи профессиональной деятельности**

### **2.1. Виды профессиональной деятельности**

Государственная аттестация имеет целью определение степени соответствия уровня подготовленности выпускников требованиям образовательного стандарта.

При этом проверяются сформированные компетенции - теоретические знания и практические навыки выпускника в соответствии с матрицей компетентностей, являющейся структурным компонентом ОПОП. В частности, проверяется обладание выпускниками-бакалаврами компетенциями в области следующих предусмотренных образовательным стандартом видов профессиональной деятельности:

- проектная;
- организационно-управленческая;
- производственно-технологическая;
- сервисная.

## **2.2. Задачи профессиональной деятельности**

Бакалавр по направлению подготовки 43.03.02. Туризм должен быть готов решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована программа:

### **о проектная деятельность:**

1. постановка задач проектирования туристского продукта при заданных критериях и нормативных требованиях;

2. использование инновационных и информационных технологий для создания туристского продукта с учетом основных требований информационной безопасности;

3. проектирование туристских услуг и туристских продуктов в соответствии с требованиями потребителей;

4. разработка туристского продукта с учетом технологических, социально-экономических и других требований;

### **о организационно-управленческая деятельность:**

1. распределение функций и организация работы исполнителей в организациях и предприятиях туристской индустрии;

2. принятие оперативных управленческих решений в области туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства;

3. расчет и оценка затрат по организации деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обоснование управленческого решения;

### **производственно-технологическая деятельность:**

1. применение современных технологий в реализации туристического продукта и предоставлении услуг в соответствии с требованиями потребителей и (или) туристов;

2. использование информационных и коммуникативных технологий в процессе разработки и реализации туристического продукта;

### **сервисная деятельность:**

1. обеспечение стандартов качества и норм безопасности комплексного туристического обслуживания;

2. организация процесса обслуживания потребителей и (или) туристов, формирование клиентурных отношений;

3. разработка внутренних нормативных документов по обеспечению качества и стандартизации услуг туристической индустрии.

### **3. Требования к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы**

В результате освоения программы бакалавриата у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные, профессиональные компетенции.

<b>Универсальные компетенции (УК):</b>	
УК-1.	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
<b>общепрофессиональными компетенциями (ОПК):</b>	
ОПК-1.	Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере
ОПК-2.	Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью
ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности
ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта

ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности
ОПК-6.	Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности
ОПК-7.	Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности
ОПК-8	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Для подготовки высококвалифицированных конкурентоспособных специалистов, в соответствии с профессиональным стандартом «Экскурсовод» (гид) от 4.08.2014г.№ 539 ( с изменениями и дополнениями: Приказ Минтруда России от 18.03. 2016 г. № 7117) в программу включена обобщенная трудовая функция (проведение экскурсий), которая имеет прикладной характер и необходима непосредственно в практической деятельности выпускника:

Трудовые действия	Определение цели и выбор темы экскурсии
	Составление экскурсионных программ
	Подготовка текста экскурсии и составление методической разработки
	Составление технологической карты экскурсии
	Определение методических приемов
	Выбор программы экскурсий для экскурсионных групп или индивидуальных туристов
	Отбор экскурсионных объектов для будущей экскурсии
	Подборка литературных источников по тематике экскурсии
	Комплектование «портфеля экскурсовода»
	Объезд (обход) экскурсионного маршрута
	Определение цели и выбор темы экскурсии
Необходимые умения	Законы и иные нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере туризма
	Нормативные документы организаций сферы туризма, устанавливающие правила проведения экскурсий
	Принципы организации и методики проведения экскурсий
	Основы туристской индустрии
	Туристские ресурсы Российской Федерации
	Историко-культурные и географические достопримечательности региона
	Объекты показа
	Социальные основы туризма
	Деловой протокол и этикет

	Теория формирования потребностей и межличностного общения
	Основы психологии
	Иностранный язык
	Правила обслуживания на пешеходном, транспортном и комбинированном маршрутах
	Правила поведения экскурсантов (туристов) на транспортных средствах
	Правила оформления коммерческой документации
	Стандарты делопроизводства
	Методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров
	Современные информационные технологии в сфере туризма
	Техника публичных выступлений
	Основы экономики и управления, организации труда
	Основы трудового и миграционного законодательства
Необходимые знания	Разрабатывать различные экскурсионные маршруты
	Разрабатывать экскурсионные программы
	Рассчитывать стоимость экскурсионных маршрутов
	Составлять технологическую карту экскурсии с учетом вида туризма, транспорта, продолжительности и мест остановок, основных тем информационно-экскурсионной деятельности
	Осуществлять контроль предоставления экскурсионных услуг
	Оформлять экскурсионную документацию
	Определять методические приемы проведения экскурсии
	Определять технику ведения экскурсии
	Корректировать экскурсионную программу в связи с непредвиденными обстоятельствами
	Применять знания психологии в работе с группой
	Выбирать правильные направления продвижения экскурсионных программ потребителя
Другие характеристики	Соблюдать нормы профессиональной этики по отношению к туристам, туроператорам и коллегам
	Индивидуальная ответственность за эффективное, качественное экскурсионное обслуживание
	Принимать самостоятельные решения, руководствуясь квалификационными требованиями и должностными обязанностями

#### 4. Требования к выпускной квалификационной работе

Подготовка и защита выпускной квалификационной работы бакалавра - важнейший этап учебного процесса, завершающий подготовку высококвалифицированных специалистов, способных, согласно требованиям государственных Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, приступить к профессиональной деятельности. В процессе выполнения работы студенту предоставляется возможность под руководством опытных специалистов углубить и систематизировать знания, полученные в процессе обучения и творчески применить их в решении конкретных практических задач. Студенты должны активно использовать полученные в ходе теоретического обучения знания. Подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы начинается с младших курсов, когда студенты, выполняя рефераты по дисциплинам



общей подготовки, курсовые и междисциплинарные работы по общепрофессиональным и специальным дисциплинам, учатся критически мыслить, делать выводы, обобщения. Преподаватели кафедры заранее ориентируют студентов на выбор таких тем курсовых работ, которые могут стать частью выпускных квалификационных работ.

Тексты ВКР проверяются на объем заимствования. Порядок проверки, в том числе содержательного, выявления неправомерных заимствований устанавливается Положением о ВКР.

По итогам выпускной квалификационной работы проверяется степень освоения выпускником следующих компетенций:

<b>Универсальные компетенции (УК):</b>	
УК-1.	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению
<b>общепрофессиональными компетенциями (ОПК):</b>	
ОПК-1.	Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в туристской сфере

ОПК-2.	Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью
ОПК-3	Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности
ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта
ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности
ОПК-6.	Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности
ОПК-7.	Способен обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности
ОПК-8	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

## 5. Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию.

Структура выпускной квалификационной работы определяется в требованиях к выпускным квалификационным работам по соответствующему уровню и направлению подготовки.

Выпускная квалификационная работа выполняется в виде бакалаврской работы.

Независимо от избранной темы рекомендуется придерживаться приведенной ниже структуры выпускной квалификационной работы:

- Титульный лист;
- Задание на ВКР;
- Реферат;
- Оглавление;
- Введение;
- Основная часть;
- Заключение;
- Список использованной литературы и источников;
- Приложения.

**Титульный лист** является первой страницей ВКР.

**Задание** разрабатывает руководитель ВКР и утверждает у заведующего выпускающей кафедрой, после чего обучающийся расписывается в его получении с согласованием сроков исполнения.

**Реферат** содержит краткое, точное изложение содержания работы, включающее в себя основные сведения об объеме текстового материала, количество иллюстраций, таблиц, формул, приложений, использованных источников, а так же сокращения используемые в работе.

**В оглавлении** перечисляют введение, заголовки глав (разделов) и подразделов основной части, заключение, список использованных источников и литературы, перечень приложений с указанием их названий и

номеров страниц, на которых они начинаются.

**Во введении** определяется актуальность темы, её научное и практическое значение. Затем приводится степень разработанности изучаемой темы, которая включает в себя список фамилий отечественных и зарубежных учёных, занимавшихся данной проблематикой. Во введении обязательно формулируется цель и задачи работы, решение которых должно быть достигнуто при написании работы, также формулируются объект и предмет исследования, определяется научная новизна. В конце введения обосновывается структура и логика работы.

### **В первом разделе прилагаются теоретические и методологические основы изучения проблемы.**

Целесообразно начать с характеристики объекта и предмета исследования. Затем сделать небольшой исторический экскурс, по возможности оценить степень изученности исследуемой проблемы рассмотреть вопросы, теоретически и практически решенные и дискуссионные, по-разному освещаемые в научной литературе, обязательно высказать свою точку зрения. Затем следует осветить изменения изучаемой проблемы за более или менее длительный период с целью выявления основных тенденций и особенностей развития.

В разделе дается обзор литературы по проблеме, формируется концепция, обосновывается методика анализа проблемы в конкретной организации (предприятии, фирме).

В процессе изучения имеющихся литературных источников по исследуемой проблеме очень важно найти сходство и различия точек зрения разных авторов, дать их анализ и обосновать свою позицию по данному вопросу.

Разработка методической части выпускной квалификационной работы предполагает также подготовку форм сбора первичной информации, методики ее обработки и анализа.

Выводы по Разделу 1.

### **Второй раздел содержит анализ состояния вопроса в базовой организации.**

В этом разделе на основе методики анализа исследуется состояние проблемы в организации.

Материалами для анализа могут быть планы работы организации, годовые отчеты, статистическая отчетность и другая служебная документация, изученная студентом - дипломником во время прохождения 1, 2 производственной и преддипломной практик.

Материалы, служащие базой для обоснования и анализа, должны быть достаточно полными и достоверными, чтобы, опираясь на них, можно было бы проанализировать положение дел, вскрыть резервы и наметить пути их использования, а также устранить вскрытые недостатки в работе. Следует избегать ненужных сведений, отбирая те, которые будут использованы в процессе работы.

Характер и объем собранного материала зависят от особенности принятой методики исследования.

Анализ состояния дел в организации предполагает обработку собранных статистических материалов, например, по туристской деятельности организации за последние 3 года. Анализ и обработку цифровой информации необходимо проводить с помощью современных методов экономического, социологического и психологического анализа.

Для установления объективных тенденций и закономерностей все данные об указанной проблеме должны быть достоверными.

Выводы по Разделу 2.

**Третий раздел это** - разработка рекомендаций и мероприятий по решению изучаемой проблемы.

Опираясь на выводы по результатам анализа, обосновываются рекомендации и мероприятия по решению поставленной проблемы в организации.

В частности, намечаются пути использования вскрытых резервов, устранения недостатков в работе, планируются, обосновываются и принимаются решения, обеспечивающие реализацию цели и задач работы.

При подготовке этой части работы студенты должны учесть основные принципы: системного подхода, то есть учета всех или большинства взаимосвязанных задач управления объектом, комплексного подхода с позиции оперативного и стратегического управления; принципа динамичности, предполагающего регулярную корректировку подготовленных документов в связи с изменившимися условиями работы базовой организации, содержанием деятельности аппарата управления, а также с методами выполнения управленческих работ.

Разработка рекомендаций предполагает, что на основании анализа, выявления недостатков и возможностей разрешения проблемы, студент-дипломник приводит достаточно полные аргументированные предложения и рекомендации. Рассматривается экономическая сторона проекта: затраты на реализацию, ожидаемая эффективность, бизнес—план.

Предложения и рекомендации, в свою очередь, должны быть конкретными и экономически обоснованными.

Для расчета экономической эффективности должна быть выбрана методика и дано ее теоретическое обоснование.

Должны быть обоснованы рекомендации с точки зрения социальной и экономической значимости. Оценка эффективности предлагаемых мероприятий должна охватывать следующие группы показателей по направлениям расчет экономической эффективности затрат на научные исследования, качество и сроки их влияния на реальные процессы производства;

- определение перспективы научно-теоретического и практического развития организации;

- обоснование расширения объемов внедрения.

Характеризуется также степень внедрения данных предложений на исследуемом объекте, а также возможность их использования на других объектах в отраслевом или региональном аспектах. Необходимо

охарактеризовать перспективы дальнейшего развития работ в выбранной области.

Выводы по разделу 3.

**В заключении** слушатель должен подвести итоги, обоснованно изложить свои взгляды по главным вопросам, рассмотренным в работе.

перспективы дальнейшей разработки темы.

**Список использованных источников и литературы** должен включать изученную и использованную в ВКР литературу.

. В списке литературы должна быть указана нормативная литература, учебные и научные издания, в том числе – обязательно из электронно-библиотечной системы и могут быть труды преподавателей Университета, статьи из профессиональной периодической печати сроком давности не более 3 лет, включая издания за последний год.

**Приложения** являются неотъемлемой частью работы, на которые в тексте работы обязательно должны быть ссылки. Для ВКР обязательными являются следующие приложения:

1. Первичные документы, учётные регистры, формы отчётности за 1–2 года в табличных формах, относящиеся к теме работы.

2. Структура производства, управления на предприятии, схематичное (или в виде рисунка) представление существующей и предлагаемой методики аудита.

В ВКР вкладываются следующие документы:

1. Вывод научного руководителя ВКР;
2. Рецензия внутренняя или внешняя на бланке организации или с печатью (желательно);
3. Диск с электронной версией работы (диск подписать);
4. Справка о проверке выпускной квалификационной работы в системе "Антиплагиат".

## **6. Примерная тематика и порядок утверждения тем выпускных квалификационных работ**

Темы ВКР разрабатываются выпускающей кафедрой. Студент имеет право выбора темы в порядке, установленном высшим учебным заведением. По согласованию с руководителем тема ВКР может быть уточнена с учетом цели и задачи предстоящего исследования.

### *Примерная тематика ВКР*

1. Internet как средство конкурентоспособного развития туризма.
2. Разработка бизнес-плана создания комплексной туристической услуги
3. Совершенствование организационной структуры управления организациями сферы туризма
4. Разработка стратегии развития организации сферы туризма
5. Анализ и оценка туристского потенциала Российской Федерации и разработка предложений по развитию туристско-рекреационных комплексов в наиболее перспективных туристских кластерах

6. Анализ проблем и перспектив развития туристско-ресурсного потенциала горно-предгорной части Крыма
7. Совершенствование использования информационно-управленческих технологий в туризме.
8. Внедрение информационных систем бронирования в индустрии социально-культурного сервиса и туризма.
9. Внутренний туризм России.
10. Формирование единого информационного пространства в сфере туризма.
11. Повышение эффективности системы управления качеством туристических услуг.
12. Въездной туризм и методы его стимулирования.
13. Гостеприимство: законы, стратегия, тактика (на примере...).
14. Совершенствование рекламной политики в организациях сферы туризма и гостиничного бизнеса.
15. Разработка предложений по совершенствованию развития туризма региона
16. Перспективы регионального развития отраслей сферы туризма в России.
17. Роль отраслей сферы туризма в развитии региональной экономики.
18. Государственное регулирование туристской деятельности в РФ.
19. Международная торговля туристическими услугами: особенности и принципы регулирования.
20. Использование зарубежного опыта применения информационных технологий на предприятиях (организациях) социально-культурного сервиса и туризма в Российской Федерации.
21. Управление безопасностью в организациях сферы туризма.
22. Конкурентоспособность услуг предприятий индустрии гостеприимства: понятие, факторы и модели.
23. Стандартизация услуг в туристической индустрии.
24. Корпоративная культура гостинично-туристского комплекса: проблемы и рекомендации (на примере отеля).
25. Маркетинг рынка образовательных услуг в сфере индустрии гостеприимства и туризма.
26. Методы исследования и прогнозирования туристского рынка.
27. Финансирование организаций сферы туризма и гостиничного бизнеса.
28. Определение эффективности рекламы в сфере социально-культурного сервиса (на примере...).
29. Проблема создания новых рабочих мест в туризме.
30. Основные направления развития международного туризма: история, социально-экономические аспекты.
31. Основные направления расширения рынка сбыта туристских (гостиничных) услуг
32. Стратегии развития внутреннего туризма.
33. Перспективы развития средних и малых гостиниц.

34. Технология и организация информационно-экскурсионного обслуживания туристов.
35. Планирование себестоимости гостиничных услуг и пути его совершенствования.
36. Развитие инфраструктуры организаций туристического и гостиничного бизнеса
37. Проблемы управления современными гостиничными комплексами.
38. Совершенствование организации и технологии авиаперевозок туристов
39. Технология и организация автобусного тура
40. Технология и организация водного тура
41. Технология и организация образовательных туров
42. Технология и организация конгресс-услуг
43. Технология и организация спортивных туров
44. Развитие конкурентных преимуществ туристического предприятия
45. Прогнозирование развития индустрии гостеприимства и туризма.
46. Процессы глобализации в мировой индустрии гостеприимства и туризма.
47. Повышение конкурентоспособности деятельности рекреационного комплекса.
48. Разработка туристического продукта по региону, обладающему объектами Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО
49. Роль человеческих ресурсов в развитии индустрии гостеприимства (на примере гостиничных предприятий).
50. Совершенствование технологии приема иностранных туристов в России
51. Сегментирование рынка, позиционирование и брендинг услуг гостеприимства (туруслуг).
52. Системы обеспечения безопасности в индустрии гостеприимства и туризма и их эффективность.
53. Совершенствование использования туристских ресурсов региона (на примере конкретного территориально расположенного субъекта хозяйствования Российской Федерации).
54. Эффективность рекламы в гостиничном бизнесе.
55. Этнокультурный аспект в сфере туризма.
56. Совершенствование технологии и организации услуг питания на предприятии сферы туризма
57. Сравнительная характеристика перспектив развития внутреннего и международного туризма (на примере конкретного города).
58. Социально-психологический портрет российского потребителя гостиничных услуг.
59. Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия (организации) социально-культурного сервиса и туризма.
60. Разработка и управление инвестиционным проектом по продвижению туристических услуг с учетом направлений маркетинга.

## **7. Порядок выполнения выпускной квалификационной работы**

Общее руководство и контроль за выполнением выпускной квалификационной работы осуществляет выпускающая предметная (цикловая) комиссия. Председатель комиссии назначает руководителей ВКР преподавателя комиссии.

Руководитель работы в течение всего периода ее выполнения проводит следующие мероприятия:

- выдает студенту задание на выполнение выпускной квалификационной работы до начала преддипломной практики, которое в дальнейшем уточняется и корректируется;
- оказывает помощь студенту в обобщении необходимых материалов;
- систематически консультирует студента;
- контролирует выполнение студентом всех разделов работы в сроки, установленные графиком;
- предоставляет выпускающей предметной (цикловой) комиссии сведения о степени готовности работы;
- представляет законченную выпускную квалификационную работу со своим отзывом председателю предметной (цикловой) комиссии для направления на защиту;
- участвует в заседании ГЭК при защите работы.

Основным документом, позволяющим планировать и контролировать ход выполнения квалификационной работы, является дипломное задание, в котором отмечается готовность работы на даты, установленные руководителем.

В соответствии с утвержденным дипломным заданием студент представляет подготовленные разделы научному руководителю. С учетом полученных замечаний студент перерабатывает и дополняет имеющийся у него материал.

## **8. Порядок защиты выпускной квалификационной работы**

Завершенный вариант выпускной квалификационной работы в несброшюрованном виде представляется нормоконтролеру для проверки правильности ее оформления на соответствие стандартам.

Подписанная нормоконтролером работа передается научному руководителю для просмотра и составления письменного отзыва руководителя.

В отзыве отражается ее теоретический уровень, глубина исследования, актуальность предложений и рекомендаций, степень их экономического обоснования, самостоятельность исполнителя и элементы его личной инициативы.

Квалификационная работа, проверенная и подписанная научным руководителем, представляется на подпись заведующему кафедрой. Заведующий кафедрой на основании отзыва научного руководителя и личного просмотра работы решает вопрос о допуске обучающихся к защите. В исключительных случаях вопрос о допуске к защите рассматривается на



заведующим кафедрой с участием руководителя и исполнителя выпускной квалификационной работы.

Если обучающийся представил выпускную квалификационную работу с нарушением предусмотренных сроков, то такая работа к дальнейшему рассмотрению не допускается и с защиты снимается.

После допуска квалификационной работы к защите она направляется на рецензию, преимущественно в организацию, на материалах которой она выполнялась. В качестве рецензентов могут также привлекаться специалисты научно-исследовательских институтов и преподаватели как данного, так и других учебных заведений, не входящие в состав выпускающей комиссии.

В письменном отзыве рецензента должны отмечаться:

- актуальность темы выпускной квалификационной работы;
- новизна и теоретическая разработанность;
- самостоятельность и практическая значимость;
- качество выполненной работы;
- положительные стороны и недостатки.

Письменный отзыв рецензента завершается общими выводами, дифференцированной оценкой работы, мнением о возможности присвоения автору работы квалификации по соответствующей специальности. Подпись рецензента заверяется печатью организации, в которой он работает.

После того, как работа допущена научным руководителем к защите, по решению последнего может быть организована процедура предварительной защиты. Ее целью является оказание помощи студенту при подготовке к защите, провести апробацию полученных результатов, получить замечания и ответить на полученные вопросы. Для проведения предварительной защиты научный руководитель формирует небольшой коллектив из числа преподавателей предметной (цикловой) комиссии. Часто в процедуре предварительной защиты принимает участие только научный руководитель.

Защита выпускной квалификационной работы проводится на открытом заседании Государственной аттестационной комиссии.

На доклад основных положений выпускной квалификационной работы перед Государственной аттестационной комиссией студенту предоставляется 10 минут. Доклад должен быть кратким, но содержательным. Не следует пересказывать полностью введение и содержание всех разделов работы, подробно останавливаться на технике расчетов. Необходимо назвать цель и задачи работы, пояснить, чем определяется ее актуальность, назвать объект и предмет исследования, дать выводы из общего анализа и кратко изложить содержание специального анализа. Это должно занять не более 40–45% времени, отведенного для доклада. Остальную часть времени следует посвятить изложению сущности предлагаемых мероприятий и обоснованию их эффективности (или указать преимущества).

Все принципиальные положения дипломной работы для большей наглядности должны быть представлены на демонстрационном материале. К демонстрационным материалам относится информация из выпускной квалификационной работы (таблицы, графики, диаграммы, картографические схемы и т.д.), оформленная в виде печатных копий для каждого члена ГЭК

или как мультимедийная презентация. Во время доклада необходимо ссылаться на эти материалы.

После доклада студент отвечает на вопросы членов ГЭК.

По окончании защиты Государственная аттестационная комиссия на закрытом заседании обсуждает результаты защиты.

Оценка выпускной квалификационной работы производится по четырем группам критериев:

- качество квалификационной работы;
- качество выступления на защите;
- оценка выпускной работы рецензентом;
- оценка научным руководителем.

## **9. Критерии оценивания выпускной квалификационной работы**

Результаты защиты ВКР определяются оценками "отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно". Оценки "отлично", "хорошо", "удовлетворительно" означают успешное прохождение государственного аттестационного испытания.

Наряду с отзывом научного руководителя и рецензией на ВКР члены ГЭК оценивают работу на основе экспертной оценки с учетом опыта предшествующих защит по специальности. ВКР оценивается по четырёхбалльной системе.

**Оценка «отлично»** выставляется при выполнении следующих основных требований:

- содержание работы полностью раскрывает утвержденную тему и соответствует квалификационным требованиям, предъявляемым к работам подобного рода;
- выполненная работа свидетельствует о знании основных теоретических концепций, монографий по рассматриваемой проблеме, учебной литературы;
- теоретические выводы и практические предложения автора соответствуют сформулированным во введении задачам, вытекают из содержания работы;
- в работе в полной мере использованы современные литературные источники, а также эмпирические исследования автора, собранные в процессе полевых, лабораторных и иных исследований;
- оформление ВКР соответствует установленным требованиям;
- ВКР оценена рецензентом на «отлично».

**Оценка «хорошо»** выставляется, если:

- содержание работы раскрывает утвержденную тему и соответствует квалификационным требованиям, предъявляемым к работам подобного рода;
- выполненная работа свидетельствует о знании основных теоретических концепций, монографий по рассматриваемой проблеме, учебной литературы;
- в работе использованы современные литературные источники, обобщенные данные эмпирического исследования автора;

- выводы и предложения автора соответствуют сформулированным во введении задачам и вытекают из содержания работы;

- оформление ВКР соответствует установленным требованиям.

Однако в ВКР имеются отдельные упущения в изложении некоторых вопросов. При этом работа оценена рецензентом на «хорошо».

**Оценка «удовлетворительно»** может быть выставлена, если:

- содержание работы не полностью раскрывает утвержденную тему и соответствует квалификационным требованиям, предъявляемым к данного рода работам;

- выполненная работа свидетельствует о недостаточном знании автором основных теоретических концепций, монографий по рассматриваемой проблеме, учебной литературы;

- выводы и предложения автора не полностью соответствуют сформулированным во введении задачам и не вытекают из содержания работы;

- не обобщены данные эмпирического исследования автора;

- имеются незначительные нарушения требований по оформлению ВКР;

- ВКР оценена рецензентом на «удовлетворительно».

**Оценка «неудовлетворительно»** выставляется при наличии следующих недостатков:

- содержание работы не раскрывает утвержденную тему;

- выполненная работа свидетельствует о незнании автором основных теоретических концепций, монографий по рассматриваемой проблеме, учебной литературы;

- в работе отсутствуют теоретические выводы, практические предложения;

- нет ссылок на используемые источники;

- отсутствуют материалы эмпирического исследования автора;

- работа оформлена с нарушением требований, предъявляемых к работам данного вида;

- ВКР оценена рецензентом на «неудовлетворительно».

**Основания повышения и понижения оценки выпускных квалификационных работ**

*Основания повышения оценки ВКР:*

- работа посвящена нерешенной в науке проблеме или малоизученному региону;

- результаты работы и выводы, не полностью согласуются с предыдущими исследованиями по данной теме, и при этом обеспечены строгой системой доказательств;

- научный руководитель работы и комиссия считают, что результаты работы студента достойны использования в учебном процессе, в отчетных материалах по фундаментальному научному проекту, хозяйственному договору кафедры;

- в работе продемонстрировано владение формализованными методами пространственного (ГИС, дистанционное зондирование, GPS),

статистического анализа, другими математическими методами (кластерный анализ, регрессионный анализ и др.);

- в работе использованы результаты химико-аналитических, геофизических и прочих исследований, проведенных лично автором в лабораторных или полевых условиях;

- в работе содержится постановка проблем, над решением которых автор считает необходимым работать в будущем, если они следуют из результатов исследований;

- в работе проведено сопоставление разных научных подходов к решению исследуемой проблемы, в том числе в работе сопоставлены подходы к решению проблемы, принятые в разных странах и разных научных школах; в работе использованы сведения и концепции, разработанные в смежных науках;

- в работе проанализированы публикации на иностранных языках;

- в работе представлена карта на район исследования, составленная автором;

- автор приложил значительные личные усилия к получению доступа к фондовым материалам;

- работа обеспечена схемами, рисунками, фотографиями и картами, содержательно иллюстрирующими подходы автора к решению научной проблемы, а также позволяющими точнее описать объект, предмет и результаты исследования.

#### **Основания снижения оценки работы:**

- не выполнено любое из формальных требований к содержанию ВКР;

- основные выводы работы повторяют результаты, полученные студентами в работах на предыдущих курсах;

- в работе допущены фактические ошибки, особенно если они касаются объекта исследования;

- в работе представлены заимствованные сведения без ссылок на источник, в том числе без ссылок на ВКР других студентов. Плагиат может быть основанием для отклонения комиссией ВКР;

- в использованных методах, ознакомление с которыми входит в учебный план обучения студента, допущены ошибки;

- в работе не упомянуты основополагающие публикации по существующим точкам зрения относительно решаемой проблемы;

- в работе допущены искажения взглядов исследователей – предшественников, их взгляды опровергаются без доказательств или допущены неэтичные высказывания в их адрес;

- в работе вводятся термины, уже используемые в науке как устоявшиеся, для обозначения других явлений.

### **10. Фонд оценочных средств**

10.1. Целями выпускных квалификационных работ являются закрепление, углубление и специализация знаний и навыков студентов в области экономики путем самостоятельного решения реальных производственно-хозяйственных и управленческих ситуаций.

В конкретной выпускной квалификационной работе решаются следующие задачи:

– определение наиболее актуальной проблемы, требующей решения, в рамках выбранной темы работы (ОПК-1, ОПК-7, ОПК-8);

– сбор, обработка и систематизация количественных и качественных статистических (информационных) данных по выбранному объекту исследования, в том числе обзор различных зарубежных и отечественных источников по теме дипломной работы и в процессе этого углубление навыков работы с различной справочной, специальной литературой, информацией в сети Интернет (ОПК-2, ОПК-7);

– систематизация и расширение теоретических знаний и практических навыков в соответствии с тематикой выбранной выпускной квалификационной работы (ОПК-3);

– овладение методикой и инструментами исследования, в том числе предполагающих использование вычислительной техники при решении разрабатываемых в дипломной работе проблем.

– самостоятельное исследование проблемы, подготовка электронного и бумажного (текстового) варианта выпускных квалификационных работы (ОПК-3, ОПК-8, ОПК-10);

способность решать проблемные теоретические и практические управленческие и экономико-организационные задачи в области туристической индустрии (ОПК-4);

– использование навыков комплексного анализа ситуаций, моделирования и расчетов, владения вычислительной техникой (ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6);

– применение методов оценки экономической и социальной эффективности предлагаемых решений (ОПК-8).

## 10.2. Тестовые задания для оценки качества сформированности компетенций.

### Тест № 1

1. Школой менеджмента, в которой был представлен первый систематизированный подход в истории управленческой мысли, является:

- а) школа человеческих отношений;
- б) административная школа;
- в) школа научного управления;
- г) количественная школа.

2. Туристский рынок характеризуется:

- а) целостностью, структурированностью, самоорганизацией;
- б) взаимозависимостью и связанностью с внешней средой;
- в) иерархичностью, целенаправленностью поведения субъектов отношений в сфере туризма;
- г) все ответы верны.

3. Лечебно-оздоровительные местности и курорты — это:

- а) уникальные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношениях природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения;
- б) территории, имеющие особое значение для сохранения или восстановления природных комплексов и поддержания экологического баланса;
- в) территории, пригодные для организации лечения и профилактики заболеваний, а также отдыха населения и обладающие природными лечебными ресурсами;
- г) природоохранные учреждения, в задачи которых входит создание специальных коллекций растений в целях сохранения разнообразия и обогащения растительного мира.

**4.** Являются одноуровневыми и носят характер согласования, координации:

- а) горизонтальные связи управления;
- б) линейные связи управления;
- в) функциональные связи управления;
- г) все ответы верны.

**5.** Основными задачами процесса управления являются:

- а) установление организационного порядка и рациональной последовательности выполнения управленческих работ;
- б) обеспечение единства, непрерывности и согласованности действий субъектов при принятии решений;
- в) участие вышестоящих руководителей;
- г) равномерная загрузка исполнителей;
- д) все ответы верны.

**6.** Информационные услуги — это:

- а) оформление паспортов, виз, страхование, предоставление гидов, переводчиков и т.д.);;
- б) сведения о туристских ресурсах того или иного региона, таможенных и пограничных формальностях, курсах валют, видах транспорта, ценах и т.д.;
- в) продажа снаряжения, сувениров, подарков, открыток и т.п.; как общего, так и специального назначения;
- г) ремонт одежды, обуви, химчистка, прокат и т.п.
- д) бронирование мест в гостиницах, билетов на различные виды транспорта;

**7.** Туроператорская деятельность — это:

- а) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта;
- б) деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта;
- в) осуществляется юридическим лицом;
- г) осуществляется юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

**8.** Основными характеристиками гостиничной цепи являются:

- а) узнаваемая торговая марка (бренд) и единство стиля (архитектура и интерьер) и единство обозначений и внешней информации, схожесть в территориальном расположении;
- б) одинаковый уровень качества обслуживания и размещения (корпоративные стандарты);
- в) единая структура объединяемых в сети отелей и стратегия функционирования: стандартизация обслуживания, маркетинга, продаж;
- г) единое управление: администрацией сети, профессиональной управляющей компанией по контракту или по договору франчайзинга;
- д) все ответы верны.

**9. Информационные ресурсы — это:**

- а) совокупность данных, организованных для получения достоверной информации, — документы и массивы документов, отдельные и в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, базах данных и знаний и т.д.);
- б) данные, обработанные и представленные в формализованном виде (т.е. на каком-либо носителе) для дальнейшего применения;
- в) информация, получаемая в устном виде (доклады на совещаниях, конференциях, презентации продукта другими фирмами, деловое общение и т.п.);
- г) все ответы верны.

**10. Анри Файоль внес основной вклад в развитие:**

- а) школы человеческих отношений;
- б) административной школы;
- в) школы научного управления;
- г) количественной школы.

**11. Туристский поток это:**

- а) постоянное прибытие в страну туристов;
- б) количество путешествующих с любой целью, кроме поиска заработка и перемены постоянного места жительства;
- в) зарегистрированное количество въезжающих в страну туристов и пребывающих в ней;
- г) зарегистрированное количество въезжающих в страну и выезжающих из нее туристов.

**12. Цель создания туристско-рекреационного кластера — это:**

- а) повышение эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер;
- б) повышение конкурентоспособности территории на туристическом рынке посредством синергетического эффекта;
- в) стимулирования инноваций;
- г) стимулирования развития новых туристских направлений.

**13. Носят многоуровневый характер:**

- а) линейные связи управления;
- б) вертикальные связи управления;
- в) функциональные связи управления;
- г) все ответы верны.

**14. К общим функциям управления НЕ относятся:**

- а) прогнозирование и планирование;
- б) управление трудовыми и материальными ресурсами;
- в) контроль, учет и анализ;
- г) мотивация персонала;
- д) организация, координация и регулирование процесса управления.

**15. Организационные услуги, предоставляемые туристам — это:**

- а) оформление паспортов, виз, страхование, предоставление гидов, переводчиков и т.д.);;
- б) сведения о туристских ресурсах того или иного региона, таможенных и пограничных формальностях, курсах валют, видах транспорта, ценах и т.д.;
- в) продажа снаряжения, сувениров, подарков, открыток и т.п.; как общего, так и специального назначения;
- г) ремонт одежды, обуви, химчистка, прокат и т.п.
- д) бронирование мест в гостиницах, билетов на различные виды транспорта;

**16. Турагентская деятельность — это:**

- а) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта;
- б) деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта;
- в) осуществляется юридическим лицом;
- г) осуществляется юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

**17. Затратный метод ценообразования тура (на основе издержек):**

- а) цены устанавливаются ниже, выше или на уровне рыночных в зависимости от требовательности клиентов, предоставляемого сервиса, реальной или предполагаемой реакции конкурентов;



- б) основан на изучении потребительских предпочтений и установлении цен, приемлемых для целевого рынка;
- в) построен на калькулировании полной себестоимости турпродукта и используется теми турфирмами, стремящимися в первую очередь получить прибыль от инвестиций.

**18.** Общими, обычно обязательными для всех пакетных туров и подлежащими предварительной оплате являются следующие виды услуг:

- а) транспортное обслуживание и трансферы;
- б) размещение (гостиничное обслуживание) и питание;
- в) экскурсии и услуги гидов, экскурсоводов;
- г) дополнительные услуги;
- д) все ответы верны.

**19.** К факторам, способствующим развитию туризма, активно используемым туристскими организациями в своей деятельности, относятся:

- а) политические;
- б) сегментация туристского рынка;
- в) повышение квалификации персонала и культуры обслуживания;
- г) экономические;
- д) техническое совершенствование материальной базы на основе внедрения достижений и результатов научно-технического прогресса;

**20.** Планирование деятельности организации предполагает:

- а) обоснованный выбор целей;
- б) определение политики предприятия;
- в) разработку комплекса мер и мероприятий (образы действий);
- г) выбор методов достижения целей;
- д) все ответы верны.

## **Тест № 2**

**1.** Рациональные методы управления Ф.-У. Тейлора являются основой:

- а) школы человеческих отношений;
- б) административной школы;
- в) школы научного управления;
- г) количественной школы.

**2.** Основными индикаторами состояния и развития туристского рынка, являются:

- а) международные туристские потоки (количество прибытий и убытий в каждой стране);
- б) туристские ресурсы;
- в) гостиничные предприятия и цены на туристские услуги
- г) все ответы верны.

**3. Факторы туристского спроса включают:**

- а) международные туристские рынки;
- б) внутренние туристские рынки;
- в) использование местными жителями туристских ресурсов, достопримечательностей и других объектов инфраструктуры туристского региона;
- г) все ответы верны.

**4. Линейная организационная структура:**

- а) характеризуется сочетанием централизованной координации с децентрализованным управлением; позволяет обеспечить более тесную связь производителя с потребителем и быстрое реагирование фирмы на изменения во внешней среде;
- б) предполагает, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель, наделенный большими полномочиями и осуществляющий все функции управления;
- в) отличается тем, что всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив;
- д) характеризуется тем, что общая задача управления организацией делится, начиная со среднего уровня, по функциональному критерию.

**5. Трансферные услуги — это:**

- а) оформление паспортов, виз, страхование, предоставление гидов, переводчиков и т.д.);
- б) сведения о туристских ресурсах того или иного региона, таможенных и пограничных формальностях, курсах валют, видах транспорта, ценах и т.д.;
- в) продажа снаряжения, как общего, так и специального назначения;
- г) доставка транспортом от места прибытия туриста в страну (место) их временного пребывания до места размещения и обратно;
- д) бронирование мест в гостиницах, билетов на различные виды транспорта;

**6. Укажите в надлежащей последовательности процесс управления:**

- а) стратегия; цели; структура предприятия; миссия;
- б) цели; структура предприятия; миссия; стратегия;
- в) миссия; цели; стратегия; структура предприятия;
- г) структура предприятия; стратегия; миссия; цели.

**7. При разработке туристского продукта учитывают следующие параметры целевой аудитории:**

- а) социальный состав клиентуры (молодежь, люди со средними или высокими доходами, пенсионеры, домохозяйки и др.);
- б) востребованные виды туризма и цели путешествий;
- в) территориальные границы рынка (город, район, область, регион);
- г) возможные объемы и сезоны поездок;
- д) все ответы верны.

**8. Какие** преимущества получает туроператор от сотрудничества с турагентом при использовании разветвленной турагентской сети для реализации турпродукта:

- а) увеличение объемов продаж туруслуг;
- б) освобождение от деятельности по планированию и разработке условий тура, их согласованию с поставщиками услуг;
- в) уменьшение доли ответственности перед клиентом;
- г) сокращение расходов на содержание собственного аппарата, аренду помещения, его оснащение и т.д.;
- д) выход на новые рынки сбыта;

**9. Метод** ценообразования тура с ориентацией на спрос:

- а) цены устанавливаются ниже, выше или на уровне рыночных в зависимости от требовательности клиентов, предоставляемого сервиса, реальной или предполагаемой реакции конкурентов;
- б) основан на изучении потребительских предпочтений и установлении цен, приемлемых для целевого рынка. Он применяется в том случае, если цена является решающим фактором в приобретении турпродукта клиентами;
- в) построен на калькулировании полной себестоимости турпродукта и используется теми турфирмами, стремящимися в первую очередь получить прибыль от инвестиций.

**10. Информационные системы (ИС)** обеспечивают:

- а) сбор, хранение, обработку, поиск, выдачу информации, необходимой в процессе принятия решений задач любого направления;
- б) получение оперативного доступа к массиву информации;
- в) возможность с работать с необходимыми для данного участка работ материалами;
- г) все ответы верны.

**11. В качестве** двух основных элементов системный подход в менеджменте выделяет:

- а) закрытую и открытую системы;
- б) открытую систему и объект управления;
- в) объект и субъект управления;
- г) закрытую систему и субъект управления.

**12. Сегмент** туристского рынка — это:

- а) часть рынка, включающая в себя потребителей, обладающих схожей реакцией на какой-либо туристский продукт;
- б) процесс выделения широких групп потребителей со сходными признаками, характеризующиеся относительно однородным спросом;
- в) рынок, на котором имеется неограниченное число участников (продавцов и покупателей), продается и покупается неограниченное число товаров и услуг по согласованным ценам и при наличии полной и достоверной информации о продаваемых товарах.

**13. Ядро туристического кластера (основной блок):**

- а) включает специализированные фирмы и домохозяйства, предоставляющие услуги;
- б) включает в себя: промышленный, медицинский, образовательный и информационный блоки;
- в) состоит из организаций и предприятий, чья деятельность непосредственно связана с туризмом.

**14. Линейно-функциональная (штабная) структура:**

- а) позволяет обеспечить более тесную связь производителя с потребителем и быстрое реагирование фирмы на изменения во внешней среде;
- б) предполагает, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель, наделенный большими полномочиями и осуществляющий все функции управления;
- в) отличается тем, что всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив;
- д) характеризуется тем, что общая задача управления организацией делится, начиная со среднего уровня, по функциональному критерию.

**15. Принципы эффективного контроля предполагают:**

- а) разработку объективных стандартов;
- б) обоюдное (двустороннее) общение начальства с подчиненными;
- в) отказ от чрезмерного контроля;
- г) разработку жестких, но достижимых стандартов;
- д) все ответы верны.

**16. С точки зрения производства турпродукт представляет собой:**

- а) любую услугу, удовлетворяющую потребности туристов во время путешествия и подлежащую оплате с их стороны;
- б) перевозку, размещение, развлечение и т.д.;
- в) комплекс товаров и услуг преимущественно рекреационного характера;
- г) тур, туристско-экскурсионные услуги, товары.

**17. Метод ценообразования тура с ориентацией на конкурентов:**

- а) цены устанавливаются ниже, выше или на уровне рыночных в зависимости от требовательности клиентов, предоставляемого сервиса, реальной или предполагаемой реакции конкурентов;
- б) основан на изучении потребительских предпочтений и установлении цен, приемлемых для целевого рынка. Он применяется в том случае, если цена является решающим фактором в приобретении турпродукта клиентами;
- в) построен на калькулировании полной себестоимости турпродукта и используется теми турфирмами, стремящимися в первую очередь получить прибыль от инвестиций.

**18.** Для качественного предоставления услуг в индустрии туризма и гостеприимства работнику необходимы:

- а) технологическая подготовка, знания в области туристского и гостиничного бизнеса;
- б) соответствующая психологическая подготовка, коммуникабельность, владение техникой межличностного общения;
- в) ориентация на достижение результата, клиентоориентированность, ответственность, стрессоустойчивость;
- г) умение работать в команде, аккуратность, внимательность, лояльность к компании;
- д) все ответы верны.

**19.** Процессный подход в управлении позволяет:

- а) выделить этапы и отдельные операции бизнес-процесса;
- б) построить матрицу распределения ответственности;
- в) распределить обязанности между сотрудниками по каждому бизнес-процессу;
- г) все ответы верны.

**20.** Свободный туристский рынок — это:

- а) часть рынка, включающая в себя потребителей, обладающих схожей реакцией на какой-либо туристский продукт;
- б) процесс выделения широких групп потребителей со сходными признаками, характеризующиеся относительно однородным спросом;
- в) рынок, на котором имеется неограниченное число участников (продавцов и покупателей), продается и покупается неограниченное число товаров и услуг по согласованным ценам и при наличии полной и достоверной информации о продаваемых товарах.

### **Тест № 3**

**1.** Туристский рынок — это:

- а) совокупность результатов деятельности организаций, занимающихся туристским бизнесом, средств размещения, средств транспорта, объектов культурно-познавательного, оздоровительного, спортивного и иного назначения, а также организаций, предоставляющих целевые услуги;
- б) сфера свободного обращения услуг, товаров, работ, финансовых средств и информации в рамках системы туризма;
- в) туристские дестинации, объединенные в единую инфраструктуру, включающую природные, культурные объекты и специализированные организации отдыха и туризма.

**2.** Факторы туристского предложения включают:

- а) природно-климатические ресурсы и объекты экскурсионного показа;
- б) институциональные элементы;
- в) транспортные предприятия и предприятия питания;

- г) прочие элементы туристской инфраструктуры;
- д) все ответы верны.

**3. Дивизиональная структура управления:**

- а) позволяет обеспечить более тесную связь производителя с потребителем и быстрое реагирование фирмы на изменения во внешней среде;
- б) предполагает, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель, наделенный большими полномочиями и осуществляющий все функции управления;
- в) отличается тем, что всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив;
- д) характеризуется тем, что общая задача управления организацией делится, начиная со среднего уровня, по функциональному критерию.

**4. Система логически увязанных целей организации — это:**

- а) группа целей;
- б) дерево целей;
- в) классификация целей;
- г) ранжирование целей;
- д) координация целей.

**5. К факторам, действующим вне зависимости от деятельности организаций индустрии туризма, относятся:**

- а) политические;
- б) сегментация туристского рынка;
- в) повышение квалификации персонала и культуры обслуживания;
- г) экономические;
- д) социально-демографические;

**6. Для туроператора экономические показатели затрат на организацию тура могут включать:**

- а) прямые расходы — на размещение, питание, транспорт, дополнительные услуги (экскурсии, аренда автомобиля и т.д.);
- б) расходы на продажу — комиссионные турагентам, рекламу, брошюры и каталоги, участие в ярмарках, выставках и т.д.;
- в) административные расходы — расходы на содержание управленческого персонала, аренду помещений, техническое обеспечение, службу безопасности; услуги средств связи и транспорта;
- г) расходы по исполнению обязательств перед клиентом;
- д) все ответы верны.

**7. Управление межличностными отношениями и человеческий фактор считали основными элементами эффективной организации представители:**

- а) школы научного управления;
- б) административной школы;
- в) школы человеческих отношений;

г) количественной школы.

**8.** Туристская активность, а, следовательно, и туристский спрос на мировом туристском рынке зависит от:

- а) имиджа страны прибытия;
- б) состояния экономики страны убытия и количества ее платежеспособного населения;
- в) политической обстановки в стране прибытия;
- г) все ответы верны.

**9.** Основными целевыми группами (стейкхолдерами) туристской фирмы, являются:

- а) финансовые круги (банки, инвестиционные фонды, финансовые, страховые компании и другие финансово-кредитные институты и частные инвесторы);
- б) средства массовой информации (пресса, радио, телевидение, Интернет-среда);
- в) общественность (негосударственные формирования, союзы и ассоциации потребителей, жители курортной зоны);
- г) персонал фирмы;
- д) все ответы верны.

**10.** Среднее звено управления организацией (*middle management*):

- а) несет ответственность за доведение конкретных заданий до непосредственных исполнителей;
- б) обеспечивает реализацию политики функционирования организации, контроль выполнения задач и функций;
- в) обеспечивает интересы и потребности владельцев акций, определяет цели и политику организации;

**11.** К конкретным функциям управления НЕ относятся:

- а) управление трудовыми и материальными ресурсами;
- б) управление сбытом;
- в) контроль, учет и анализ;
- г) управление качеством продукта;
- д) мотивация персонала;

**12.** Формулировка миссии должна отражать:

- а) общий характер потребностей, удовлетворяемых предприятием;
- б) общую характеристику потребителей;
- в) характер продукции предприятия;
- г) основные конкурентные преимущества предприятия;
- д) все ответы верны.

**13.** Посреднические услуги, оказываемые туристам — это:

- а) оформление паспортов, виз, страхование, предоставление гидов, переводчиков и т.д.);;
- б) сведения о туристских ресурсах того или иного региона, таможенных и пограничных формальностях, курсах валют, видах транспорта, ценах и т.д.;
- в) продажа снаряжения, сувениров, подарков, открыток и т.п.; как общего, так и специального назначения;
- г) ремонт одежды, обуви, химчистка, прокат и т.п.
- д) бронирование мест в гостиницах, билетов на различные виды транспорта;

**14.** При предварительной оценке спроса и предложения для формирования турпродукта проводят:

- а) маркетинговое исследование рынка для определения потенциального потребительского спроса на различные виды туристского продукта;
- б) определение видов, форм и элементов туристского продукта, периодичности его предоставления;
- в) анализ реальных затрат на разработку и реализацию туристского продукта;
- г) оценку экономической эффективности и целесообразности разработки туристского продукта;
- д) все ответы верны.

**15.** Какие преимущества получает турагент от сотрудничества с туроператором при использовании разветвленной турагентской сети для реализации турпродукта:

- а) увеличение объемов продаж туруслуг;
- б) освобождение от деятельности по планированию и разработке условий тура, их согласованию с поставщиками услуг;
- в) проведение информационной, консультационной работы с клиентами;
- г) сокращение расходов на содержание собственного аппарата, аренду помещения, его оснащение и т.д.;
- д) уменьшение доли ответственности перед клиентом;

**16.** Ситуационный подход в менеджменте наиболее приемлем при:

- а) анализе стандартных ситуаций;
- б) принятии нестандартных управленческих решений;
- в) рассмотрении управления как бизнес-процесса;
- г) анализе предполагаемых выходов бизнес-процесса.

**17.** Туристский комплекс — это:

- а) совокупность результатов деятельности организаций, занимающихся туристским бизнесом, средств размещения, средств транспорта, объектов культурно-познавательного, оздоровительного, спортивного и иного назначения, а также организаций, предоставляющих целевые услуги;
- б) сфера свободного обращения услуг, товаров, работ, финансовых средств и информации в рамках системы туризма;



в) туристские дестинации, объединенные в единую инфраструктуру, включающую природные, культурные объекты и специализированные организации отдыха и туризма.

**18. Памятники природы — это:**

- а) уникальные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношениях природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения;
- б) территории, имеющие особое значение для сохранения или восстановления природных комплексов и поддержания экологического баланса;
- в) территории, пригодные для организации лечения и профилактики заболеваний, а также отдыха населения и обладающие природными лечебными ресурсами;
- г) природоохранные учреждения, в задачи которых входит создание специальных коллекций растений в целях сохранения разнообразия и обогащения растительного мира.

**19. Функциональная организационная структура:**

- а) позволяет обеспечить более тесную связь производителя с потребителем и быстрое реагирование фирмы на изменения во внешней среде;
- б) предполагает, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель, наделенный большими полномочиями и осуществляющий все функции управления;
- в) отличается тем, что всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив;
- д) характеризуется тем, что общая задача управления организацией делится, начиная со среднего уровня, по функциональному критерию.

**20. Бытовые услуги, предоставляемые туристам — это:**

- а) оформление паспортов, виз, страхование, предоставление гидов, переводчиков и т.д.);;
- б) сведения о туристских ресурсах того или иного региона, таможенных и пограничных формальностях, курсах валют, видах транспорта, ценах и т.д.;
- в) продажа снаряжения, как общего, так и специального назначения;
- г) ремонт одежды, обуви, химчистка, прокат и т.п.
- д) бронирование мест в гостиницах, билетов на различные виды транспорта;

#### Тест № 4

**1. К факторам, способствующим развитию туризма, активно используемым туристскими организациями в своей деятельности, относятся:**

- а) политические;
- б) сегментация туристского рынка;
- в) повышение квалификации персонала и культуры обслуживания;

- г) экономические;
- д) техническое совершенствование материальной базы на основе внедрения достижений и результатов научно-технического прогресса;

**2. В содержании туристского продукта учитываются:**

- а) направление и цели поездок;
- б) сезон и продолжительности поездок;
- в) маршрут;
- г) туристский пакет и классность услуг;
- д) все ответы верны.

**3. Горизонтальные связи управления:**

- а) необходимы при дифференциации функций и охватывают определенные работы/взаимосвязи различных видов работ;
- б) продиктованы необходимостью при иерархичности управления;
- в) имеются там, где происходит обмен информацией по тем или иным функциям управления.

**4. Файоль НЕ выделял следующие функции управления:**

- а) предвидение и планирование;
- б) организация — «выстраивание структуры предпринимательства как материальной, так и человеческой»;
- в) мотивация персонала;
- г) управление качеством продукта;
- д) контроль в соответствии с заранее установленной процедурой.

**5. Индустрия туризма — это:**

- а) совокупность результатов деятельности организаций, занимающихся туристским бизнесом, средств размещения, средств транспорта, объектов культурно-познавательного, оздоровительного, спортивного и иного назначения, а также организаций, предоставляющих целевые услуги;
- б) сфера свободного обращения услуг, товаров, работ, финансовых средств и информации в рамках системы туризма;
- в) туристские дестинации, объединенные в единую инфраструктуру, включающую природные, культурные объекты и специализированные организации отдыха и туризма.

**6. Услуги специальных торговых предприятий — это:**

- а) оформление паспортов, виз, страхование, предоставление гидов, переводчиков и т.д.);;
- б) сведения о туристских ресурсах того или иного региона, таможенных и пограничных формальностях, курсах валют, видах транспорта, ценах и т.д.;
- в) продажа снаряжения, как общего, так и специального назначения;
- г) ремонт одежды, обуви, химчистка, прокат и т.п.
- д) бронирование мест в гостиницах, билетов на различные виды транспорта;

7. К принципиальным вопросам сделки с турфирмой-контрагентом относятся условия расчетов за туристов. При обсуждении необходимо согласовать:

- а) форму или способ платежей;
- б) сроки платежей;
- в) санкции за просрочку платежей или пени;
- г) ответственность турфирмы за аннуляцию тура;
- д) все ответы верны.

8. На макроэкономическом уровне управление туристской отраслью России осуществляют:

- а) Правительство России;
- б) Министерство культуры РФ;
- в) Федеральное агентство по туризму (Ростуризм);
- г) все ответы верны.

9. Для повышения результативности деятельности сотрудников следует применять:

- а) демократический стиль руководства;
- б) авторитарный стиль руководства;
- в) либеральный стиль руководства;
- г) нет верного ответа.

10. Присоединение туристских организаций к известному бренду могут осуществляться путем:

- а) заключения стандартного договора франчайзинга;
- б) подписания контракта на управление;
- в) комбинации франчайзинга и контракта на управление;
- г) соглашения о приобретении патента (лицензии) на использование торговой марки;
- д) все ответы верны.

11. Схема «вход — преобразование — выход» является отображением:

- а) административного подхода;
- б) ситуационного подхода;
- в) системного подхода;
- г) процессного подхода.

12. Сегментация туристского рынка — это:

- а) часть рынка, включающая в себя потребителей, обладающих схожей реакцией на какой-либо туристский продукт;
- б) процесс выделения широких групп потребителей со сходными признаками, характеризующиеся относительно однородным спросом;
- в) рынок, на котором имеется неограниченное число участников (продавцов и покупателей), продается и покупается неограниченное число товаров и услуг по согласованным ценам и при наличии полной и достоверной информации о продаваемых товарах.

**13.** Государственные природные заказники — это:

- а) уникальные, невозполнимые, ценные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношениях природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения;
- б) территории, имеющие особое значение для сохранения или восстановления природных комплексов и поддержания экологического баланса;
- в) территории, пригодные для организации лечения и профилактики заболеваний, а также отдыха населения и обладающие природными лечебными ресурсами;
- г) природоохранные учреждения, в задачи которых входит создание специальных коллекций растений в целях сохранения разнообразия и обогащения растительного мира.

**14.** Не соотносится с иерархической структурой управления:

- а) четкое разделение труда;
- б) индивидуальная ответственность каждого работника за общий результат;
- в) наличие формальных правил и норм при выполнении менеджерами своих задач и обязанностей;
- г) осуществление найма на работу в соответствии с квалификационными требованиями к данной должности.

**15.** К конкретным функциям управления НЕ относятся:

- а) управление трудовыми и материальными ресурсами;
- б) управление сбытом;
- в) контроль, учет и анализ;
- г) управление качеством продукта;
- д) мотивация персонала;

**16.** Общими, обычно обязательными для всех пакетных туров и подлежащими предварительной оплате являются следующие виды услуг:

- а) транспортное обслуживание и трансферы;
- б) размещение (гостиничное обслуживание) и питание;
- в) экскурсии и услуги гидов, экскурсоводов;
- г) дополнительные услуги;
- д) все ответы верны.

**17.** Информационные ресурсы — это:

- а) совокупность данных, организованных для получения достоверной информации, — документы и массивы документов, отдельные и в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, базах данных и знаний и т.д.);
- б) данные, обработанные и представленные в формализованном виде (т.е. на каком-либо носителе) для дальнейшего применения;

в) информация, получаемая в устном виде (доклады на совещаниях, конференциях, презентации продукта другими фирмами, деловое общение и т.п.);

г) все ответы верны.

**18.** Установите верную последовательность процесса управления:

а) цели; миссия; стратегия организации; бизнес-процессы, организационная структура управления организацией;

б) стратегия; миссия о; цели организации; организационная структура управления организацией; бизнес-процессы;

в) миссия; цели; стратегия организации; организационная структура управления; бизнес-процессы;

г) организационная структура управления организацией; цели; бизнес-процессы предприятия; миссия организации; стратегия организации;

д) бизнес-процессы предприятия, миссия; стратегия; цели организации; организационная структура управления.

**19.** Затратный метод ценообразования тура (на основе издержек):

а) цены устанавливаются ниже, выше или на уровне рыночных в зависимости от требовательности клиентов, предоставляемого сервиса, реальной или предполагаемой реакции конкурентов;

б) основан на изучении потребительских предпочтений и установлении цен, приемлемых для целевого рынка. Он применяется в том случае, если цена является решающим фактором в приобретении турпродукта клиентами;

в) построен на калькулировании полной себестоимости турпродукта и используется теми турфирмами, стремящимися в первую очередь получить прибыль от инвестиций.

**20.** Высшее звено управления организацией (*top management*):

а) несет ответственность за доведение конкретных заданий до непосредственных исполнителей;

б) обеспечивает реализацию политики функционирования организации, контроль выполнения задач и функций;

в) обеспечивает интересы и потребности владельцев акций, определяет цели и политику организации.

## Тест № 5

**1.** Дендрологические парки и ботанические сады — это

а) уникальные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношениях природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения;

б) территории, имеющие особое значение для сохранения или восстановления природных комплексов;

- в) территории, пригодные для организации лечения и профилактики заболеваний, а также отдыха населения и обладающие природными лечебными ресурсами;
- г) природоохранные учреждения, в задачи которых входит создание специальных коллекций растений в целях сохранения разнообразия и обогащения растительного мира.

**2. Метод ценообразования тура с ориентацией на конкурентов:**

- а) цены устанавливаются ниже, выше или на уровне рыночных в зависимости от требовательности клиентов, предоставляемого сервиса, реальной или предполагаемой реакции конкурентов;
- б) основан на изучении потребительских предпочтений и установлении цен, приемлемых для целевого рынка. Он применяется в том случае, если цена является решающим фактором в приобретении турпродукта клиентами;
- в) построен на калькулировании полной себестоимости турпродукта и используется теми турфирмами, стремящимися в первую очередь получить прибыль от инвестиций.

**3. Линейные связи управления:**

- а) необходимы при дифференциации функций и охватывают определенные работы/взаимосвязи различных видов работ;
- б) продиктованы необходимостью при иерархичности управления;
- в) имеются там, где происходит обмен информацией по тем или иным функциям управления.

**4. Автор 12 знаменитых принципов управления:**

- а) Элтон Мейо;
- б) Г. Эмерсон;
- в) А. Файоль;
- г) Г. Форд.

**5. Туристский комплекс — это:**

- а) совокупность результатов деятельности организаций, занимающихся туристским бизнесом, средств размещения, средств транспорта, объектов культурно-познавательного, оздоровительного, спортивного и иного назначения, а также организаций, предоставляющих целевые услуги;
- б) сфера свободного обращения услуг, товаров, работ, финансовых средств и информации в рамках системы туризма;
- в) туристские дестинации, объединенные в единую инфраструктуру, включающую природные, культурные объекты и специализированные организации отдыха и туризма.

**6. Второй блок туристического кластера:**

- а) включает специализированные фирмы и домохозяйства, предоставляющие услуги;
- б) включает в себя: промышленный, медицинский, образовательный и информационный блоки;
- в) состоит из организаций и предприятий, чья деятельность непосредственно связана с туризмом.

**7. Формулировка миссии должна отражать:**

- а) общий характер потребностей, удовлетворяемых предприятием;
- б) общую характеристику потребителей;
- в) характер продукции предприятия;
- г) основные конкурентные преимущества предприятия;
- д) все ответы верны.

**8. Делегирование полномочий является составной частью:**

- а) бюрократизации;
- б) централизации;
- в) концентрации;
- г) децентрализации;

**9. Рекреационные ресурсы это:**

- а) элементы природного комплекса, которые могут быть использованы для целей рекреации и туризма;
- б) компоненты природной среды, объекты хозяйственной деятельности, обладающей уникальностью, целебно-оздоровительной значимостью, которые могут быть использованы для организации различных видов и форм рекреационных занятий;
- в) совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, пригодных для создания туристского продукта.

**10. Функциональная организационная структура:**

- а) позволяет обеспечить более тесную связь производителя с потребителем и быстрое реагирование фирмы на изменения во внешней среде;
- б) предполагает, что во главе каждого структурного подразделения находится руководитель, наделенный большими полномочиями и осуществляющий все функции управления;
- в) отличается тем, что всю полноту власти берет на себя линейный руководитель, возглавляющий определенный коллектив;
- д) характеризуется тем, что общая задача управления организацией делится, начиная со среднего уровня, по функциональному критерию.

- 11.** Планирование деятельности организации предполагает:
- а) обоснованный выбор целей;
  - б) определение политики предприятия;
  - в) разработку комплекса мер и мероприятий (образы действий);
  - г) выбор методов достижения целей;
  - д) все ответы верны.
- 12.** Турагентства, как правило, имеют... оргструктуру:
- а) функциональную;
  - б) дивизиональную;
  - в) линейную;
  - г) матричную;
  - д) штабную.
- 13.** Организационные услуги, предоставляемые туристам — это:
- а) оформление паспортов, виз, страхование, предоставление гидов, переводчиков и т.д.);
  - б) сведения о туристских ресурсах того или иного региона, таможенных и пограничных формальностях, курсах валют, видах транспорта, ценах и т.д.;
  - в) продажа снаряжения, сувениров, подарков, открыток и т.п.; как общего, так и специального назначения;
  - г) ремонт одежды, обуви, химчистка, прокат и т.п.
  - д) бронирование мест в гостиницах, билетов на различные виды транспорта;
- 14.** Туроператорская деятельность — это:
- а) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта;
  - б) деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта;
  - в) осуществляется юридическим лицом;
  - г) осуществляется юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.
- 15.** Низшее звено управления (*sole management*):
- а) несет ответственность за доведение конкретных заданий до непосредственных исполнителей;
  - б) обеспечивает реализацию политики функционирования организации, контроль выполнения задач и функций;
  - в) обеспечивает интересы и потребности владельцев акций, определяет цели и политику организации;
- 16.** Метод ценообразования тура с ориентацией на спрос:
- а) цены устанавливаются ниже, выше или на уровне рыночных в зависимости от требовательности клиентов, предоставляемого сервиса, реальной или предполагаемой реакции конкурентов;



- б) основан на изучении потребительских предпочтений и установлении цен, приемлемых для целевого рынка. Он применяется в том случае, если цена является решающим фактором в приобретении турпродукта клиентами;
- в) построен на калькулировании полной себестоимости турпродукта и используется теми турфирмами, стремящимися в первую очередь получить прибыль от инвестиций.

**17.** Основными характеристиками гостиничной цепи являются:

- а) узнаваемая торговая марка (бренд) и единство стиля (архитектура и интерьер);
- б) одинаковый уровень качества обслуживания и размещения (корпоративные стандарты);
- в) единая структура объединяемых в сети отелей и стратегия функционирования: стандартизация обслуживания, маркетинга, продаж;
- г) единое управление: администрацией сети, профессиональной управляющей компанией по контракту или по договору франчайзинга;
- д) все ответы верны.

**18.** Российские ученые В.С. Немчинов и Л.В. Канторович внесли свой вклад в развитие:

- а) школы человеческих отношений;
- б) административной школы;
- в) школы научного управления;
- г) количественной школы.

**19.** Туристский поток это:

- а) постоянное прибытие в страну туристов;
- б) зарегистрированное количество въезжающих в страну и выезжающих из нее туристов;
- в) количество путешествующих с любой целью, кроме поиска заработка и перемены постоянного места жительства;
- г) зарегистрированное количество въезжающих в страну туристов и пребывающих в ней;

**20.** Для качественного предоставления услуг в индустрии туризма и гостеприимства работнику необходимы:

- а) технологическая подготовка, знания в области туристского и гостиничного бизнеса;
- б) соответствующая психологическая подготовка, коммуникабельность, владение техникой межличностного общения;
- в) ориентация на достижение результата, клиентоориентированность, ответственность, стрессоустойчивость;
- г) умение работать в команде, аккуратность, внимательность, лояльность к компании;
- д) все ответы верны.

## **11. Методические рекомендации по проведению государственной итоговой аттестации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья факультет (университет) обеспечивает выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

а) для слепых:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

письменные задания выполняются обучающимися на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых ;

б) для слабовидящих:

задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту: по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в четной форме.

Обучающийся инвалид не позднее чем за 3 месяца до начала проведения государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с указанием его индивидуальных особенностей. К заявлению прилагаются документы,

подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей (при отсутствии указанных документов в вузе).

В заявлении обучающийся указывает на необходимость (отсутствие необходимости) присутствия ассистента на государственном аттестационном испытании, необходимость (отсутствие необходимости) увеличения продолжительности сдачи государственного аттестационного испытания по отношению установленной продолжительности (для каждого государственного аттестационного испытания).

## **12. Учебно-методическое и информационное обеспечение выпускной квалификационной работы**

### **а) основная литература:**

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 24.07.2015). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_140174/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_140174/)

2. Приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 "Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры"

3. Приказ Минобрнауки России от 8.06.2017 г. № 516 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (уровень бакалавриата)"

4. Смирнов, Г. В. Основы научных исследований: Учебное пособие для аспирантов [Электронный ресурс] / Г. В. Смирнов — Томск: ТУСУР, 2018. ... Автор: Смирнов Г. В. Год издания: 2018. - 301с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24802>.— ЭБС «IPRbooks»

### **б) дополнительная литература**

1. Воронцова, А. В. Информационное обеспечение туроператорских и турагентских услуг : учебное пособие / А. В. Воронцова. — 2-е изд. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 131 с. — ISBN 978-5-7937-1647-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102425.html> (дата обращения: 02.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102425>

### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.russiatourism.ru/> Туризм в России
2. <http://www.russiatourism.ru/> Федеральное агентство по туризму
3. <http://ru-tour.com/> Туристические путешествия по России