

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Узунов Федор Владимирович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.10.2020 14:48:57

Уникальный программный ключ:

fd935d10451b860e912264c0378f8448452bfdb603f94388008e29877a6bcbf5

**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ»  
«УВУ» УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»**

**Факультет экономики и управления  
Кафедра « Экономика и туризм»**



**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебно-методической работе

С.С. Скараник

«01» сентября 2020 г.

**Рабочая программа дисциплины  
Специализированные туристические рынки**

Направление подготовки  
**43.03.02 Туризм**

Квалификация выпускника  
*Бакалавр*

Для всех  
форм обучения

Симферополь 2020

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине , соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся	5
4. Содержание дисциплины , структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	11
6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	18
7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	19
8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине , включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	19
9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	20

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине(модулю)Формирование и развитие туристических кластеров:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-6 ОПК-4	<p>Способность понимать значения информации в развитии современного информационного общества, сознанием опасности и угрозы, возникающей в этом процессе, способностью соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны.</p> <p>Готовность к проектной работе в разных сферах социокультурной деятельности, участию в планировании, разработке, документационном обеспечении и запуске инновационных проектов</p>	<p><b><u>Знать:</u></b> содержание изложенных в курсе теоретических и методологических концепций в сфере туризма: • сущность и характерные черты современного туризма, внешнюю и внутреннюю среду организации;</p> <p><b><u>Уметь:</u></b> анализировать и интерпретировать тексты по туристической культуре, оценивать практические возможности методов и стратегий туризма, оценивать последствия реализации тех или иных решений , использовать нормативно-управленческую информацию в своей деятельности;</p> <p><b><u>Владеть:</u></b> понятийным аппаратом дисциплины; техниками анализа и интерпретации материала. руководства учреждением культуры (структурным подразделением), составления планов и отчетов его работы; работы с нормативно-правовой документацией</p>

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Данная дисциплина Б1.В.12 «Специализированные туристические рынки» относится к вариативной части.

Курс данной дисциплины реализуется с целью удовлетворения индивидуальных образовательных потребностей и интересов граждан в получении необходимых теоретических знаний и навыков в области современной организации туристического бизнеса для:

- развития интеллектуального потенциала, творческих, познавательных и организаторских способностей личности;
- профессионального самоопределения и формирования мотивации к трудовой деятельности по профессиям, востребованным на рынке труда;
- планирования карьеры и профессионального роста;
- повышения компетентности и уровня творческой самореализации в

процессе осуществления различных видов деятельности в сфере индустрии туризма;

– формирования потребительской грамотности на рынке туристических услуг.

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

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 зачетных единиц (ЗЕ), 144 академических часов.

#### **3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)**

##### *Для очной формы обучения*

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы 144 часов

<b>Объём дисциплины</b>	<b>Всего часов</b>
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа	78
Аудиторная работа (всего):	72
Лекции	36
Семинары, практические занятия	36
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	72
Вид промежуточной аттестации обучаю- щегося (зачет /экзамен)	Диф. зачет

##### *Для заочной формы обучения*

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы 144 часов

<b>Объём дисциплины</b>	<b>Всего часов</b>
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа	20
Аудиторная работа(всего):	14
Лекции	8
Семинары, практические занятия	6
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	130
Вид промежуточной аттестации обучаю- щегося (зачет /экзамен)	Диф. зачет

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

**4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)**

№ Те мы	Наименование темы	Всего		Количество часов					
		ОФО	ЗФО	Контактная работа				Внеаудит. работа	
				Лекции		Практическ.		Самост. работа	
				ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО	ОФО	ЗФО
1	Введение. Рынок как социокультурное явление.	8	11	2	1	2		4	10
2	Специализированный туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.	8	11	2		2	1	4	8
3	Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии.	10	11	2	1	4		4	10
4	Гостиничный туристический рынок	12	11	4		2	1	6	10
5	Транспортный туристический рынок	12	11	2	1	4		6	10
6	Авиационный туристический рынок	12	11	2		4	1	4	10
7	Характеристика ресторанного рынка.	10	10	2	1	2		4	10
8	Конкурентоспособность российских туристских компаний на глобальном рынке.	10	10	4		2		6	10
9	Гастрономический туристический рынок.	10	11	2		4	1	4	8
10	Розничная сеть, или что такое турагентство	10	11	4		2	1	6	10
11	Туристические формальности	12	10	2	1	4		6	10
12	Страхование в туризме	12	10	4	1	2		6	10
13	Туристический рынок и его разнообразие	12	10	4		2	1	6	10
	Всего по дисциплине	138	138	36	6	36	6	66	124
	Экзамен							6	6
	<b>Итого</b>	144	144	36	8	36	6	72	132

## **4.2 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам)**

### **Тема 1. Введение. Рынок как социокультурное явление.**

Характеристика современных рыночных реалий. Понятие и сущность экономики туристского рынка. Опыт функционирования туристского рынка в мире, России, регионе. Проблемы и перспективы развития туристских рынков.

### **Тема 2. Специализированный туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.**

Понятие и сущность мирового туристско-рекреационного рынка. Функционирование экономических законов в туризме. Функции туристского рынка (реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте; организация процесса доведения туристского продукта до потребителя; экономическое обеспечение материальных стимулов к труду). Субъекты туристского рынка (туристы, как потребители турпродукта, туроператоры и турагенты). Понятие емкости туристского рынка.

Понятие объема реализации отдельных туров. Зависимость емкости туристского рынка от платежеспособности населения, уровня цен, размеров турпредложения. Механизм функционирования туристского рынка. Туристский кругооборот как система юридических и экономических отношений между туристом и турфирмой. Анализ направлений денежных потоков на туристском рынке.

### **Тема 3. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии**

Виды и тенденции современных туристско-рекреационных рынков. Актуальные проблемы развития рынка туристской индустрии на региональном, Российском и мировом уровне. Сезонность как главная проблема функционирования туристского рынка. Первичные (природно – климатические) и вторичные (экономические, демографические и т.д.) факторы сезонности туристских рынков. Коэффициент сезонности туристских рынков. Влияние коэффициента сезонности туристских рынков на структуру занятости работников туристской индустрии.

### **Тема 4. Гостиничный туристический рынок**

Рынок гостиничных услуг, тенденции развития гостиничного бизнеса, бизнес-план, гостиница. Анализ состояния гостиничной отрасли Российской Федерации

### **Тема 5. Транспортный туристический рынок**

Критерии целевых туристских рынков (количество сегментов рынка, определение наиболее выгодных из них и т.д.).

Факторы стратегии охвата целевых туристских рынков (ресурсы фирмы; степень однородности продукции; этап жизненного цикла товара; степень однородности рынка; маркетинговые стратегии конкурентов). Оценка

инновационно-технологических рисков на целевых туристских рынках, планирование, в связи с этим, территориальной проектной туристской деятельности. Современное общество потребления на целевых туристских рынках: социокультурный анализ. Схема позиционирования конкурентных товаров на целевых туристских рынках. Анализ позиции монополистов на целевых туристских рынках. Действие экономических законов на целевых туристских рынках (закон стоимости, закон спроса и предложения, закон конкуренции).

#### **Тема 6. Авиационный туристический рынок.**

Концепция конкурентоспособности страны на глобальном туристском рынке. Оценка конкурентных преимуществ российских туристских компаний на местном и глобальном рынке. Стратегия управления конкурентоспособностью российских туристских компаний. Критерии, определяющие приоритетные направления деятельности российских туристских компаний с целью обеспечения конкурентоспособности на рынке.

#### **Тема 7. Характеристика ресторанного рынка.**

Саморегулирование туристического рынка и его перспективы в условиях России. Анализ потребительских предпочтений клиентов и методов стимулирования продаж туруслуг как факторы обеспечивающие конкурентоспособность российских туристских компаний.

#### **Тема 8. Конкурентоспособность российских туристских компаний на глобальном рынке.**

Особенности конкурентоспособности на российском рынке. Российская туристская индустрия как экономическая система. Актуальные проблемы развития российской национальной туристической индустрии. Пути повышения конкурентоспособности национальной туристической индустрии. Показатели конкурентоспособности национального туристического производства на мировом рынке. Анализ возможности участия государства в повышении конкурентоспособности национальной туристической индустрии.

#### **Тема 9. Гастрономический туристический рынок.**

Маркетинг рынка потребителей туруслуг. Виды маркетинга (массовый; товарно дифференцированный маркетинг; целевой маркетинг). Анализ факторов влияющих на туристский спрос. Виды спроса на туристский продукт. Формирование ассортимента турпакетов. Виды и типы рекламных технологий. PR-акции как инструмент продвижения товаров. Стимулирование потребителей.

#### **Тема 10. Розничная сеть, или что такое турагентство**

Роль турагентств. Организация деятельности турагентств. Требования к турагентствам. Доходы и система распространения турпродукта. Роль информационных технологий.

#### **Тема 11. Туристическая формальность**

Что такое туристическая формальность? Особенности паспортных, визовых, таможенных, валютных и медико-санитарных формальностей. Права и обязанности туристов и экскурсантов

### **Тема 12. Страхование в туризме.**

Сущность и основные понятия страхования. Основные системы страхования. Виды туристического страхования. Договор со страховыми компаниями.

### **Тема 13. Туристический рынок и его разнообразие**

Особенности и региональная структура рынка. Туристический спрос и предложение. Потребности и желания туристов. Регулирование туристического рынка.

#### **4.3. Темы Планы практических занятий**

##### **Семинар 1. Туризм как бизнес**

1. Основные понятия и особенности туризма.
2. Структура индустрии туризма.
3. Факторы и ресурсы туризма, туристическая нагрузка.
4. Классификация видов туризма и их особенности.

**Семинар 2.** Туристические особенности Казахстана, России, Беларуси, Украины Основная информация о стране.

1. Туристические формальности.
2. Особенности пребывания в стране.
3. Мероприятия и праздники, достойные внимания туриста.
4. Что посмотреть и попробовать? Что привезти на память?

##### **Семинар 3.** Туристический рынок и его разнообразие

1. Особенности и региональная структура рынка.
2. Туристический спрос и предложение.
3. Потребности и желания туристов.
4. Регулирование туристического рынка.

##### **Семинар 4.** Туристические особенности Турции, Кипра, Греции

1. Основная информация о стране.
2. Туристические формальности.
3. Особенности пребывания в стране.

**Семинар 5.** Туристический продукт или из чего состоит путешествие

1. Понятие туристического продукта и его особенности.
2. Потребительские свойства и качества туристического продукта.



3. Этапы разработки, калькуляция и расчет рентабельности нового турпродукта.

4. Жизненный цикл и качество туристического продукта как фактор конкуренции.

**Семинар 6.** Туристические особенности Болгарии, Черногории, Хорватии

1. Основная информация о стране.
2. Туристические формальности.
3. Особенности пребывания в стране.

**Семинар 7.** Туроператор

1. Роль, функции и виды туроператоров.
2. Планирование, организация и продвижение турпродукта.
3. Системы резервирования.
4. Использование туроператором информационных технологий.

**Семинар 8.** Туристические особенности Венгрии, Польши, Чехии

1. Основная информация о стране.
2. Туристические формальности.
3. Особенности пребывания в стране.
4. Мероприятия и праздники, достойные внимания туриста.

**Семинар 9.** Розничная сеть, или что такое турагентство

1. Роль турагентств.
2. Организация деятельности турагентств.
3. Требования к турагентствам.
4. Доходы и система распространения турпродукта.
5. Роль информационных технологий.

**Семинар 10.** Туристические особенности Австрии, Швейцарии, Италии.

1. Основная информация о стране.
2. Туристические формальности.
3. Особенности пребывания в стране.

**Семинар 11.** Туристическое предприятие.

1. Понятие туристического предприятия.
2. Основные виды и организационные структуры.
3. Этапы создания туристического предприятия.
4. Учредительные документы и государственная регистрация.
5. Требования к офису и персоналу туристической фирмы.
6. Ликвидация туристического предприятия.

**Семинар 12.** Туристические особенности Германии, Нидерландов, Бельгии

1. Основная информация о стране.
2. Туристические формальности.
3. Особенности пребывания в стране.

### **Семинар 13** Туристические формальности

1. Понятие туристической формальности.
2. Особенности паспортных, визовых, таможенных, валютных и медико-санитарных формальностей.
3. Права и обязанности туристов и экскурсантов.

### **Семинар 14.** Туристические особенности Норвегии, Финляндии, Швеции

1. Основная информация о стране.
2. Туристические формальности.
3. Особенности пребывания в стране.

## **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине(модулю)**

### **5.1 Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине(модулю)**

#### **Компетенция ПК-3**

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;		
<b>Этапы формирования компетенции</b>		
<b>Знает</b>	<b>Умеет</b>	<b>Владеет</b>
содержание изложенных в курсе теоретических и методологических концепций в сфере туризма: • сущность и характерные черты современного туризма, внешнюю и внутреннюю среду организации; 5.2.1 ( 1-20)	анализировать и интерпретировать тексты по туристической культуре, оценивать практические возможности методов и стратегий туризма, оценивать последствия реализации тех или иных решений, использовать нормативно-управленческую информацию в своей деятельности; 5 .2.2 ( 17-30)	понятийным аппаратом дисциплины; техниками анализа и интерпретации материала. руководства учреждением культуры (структурным подразделением), составления планов и отчетов его работы; работы с нормативно-правовой документацией 5.2.3 ( 11-20)
<b>Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания</b>		
Знает, если выполнил 5.2.1 ( 1-20) Умеет, если выполнил 5.2.2 ( 17-30) Владеет, если выполнил 5.2.3 ( 11-20)		

#### **5.2.1 Вопросы к диф.зачету:**

##### **а) типовые вопросы(задания)**

1. Туризм как феномен культуры и объект профессиональной деятельности.
2. Особенности проведения переговоров с иностранными партнерами
3. Понятийный аппарат и классификация туризма
4. Организация работы туроператора с турагентами

5. Виды туризма
6. Сетевые и франчайзинговые отношения в сфере реализации турпродукта
7. Составляющие видов туризма
8. Преимущества и недостатки применения франчайзинга
9. Функционирование туристского рынка
10. Паспортные формальности
11. Функции туризма
12. Визовые формальности
13. Факторы развития туризма
14. Особенности оформления общегражданских паспортов детям
15. Международное регулирование туристской деятельности
16. Льготный визовый режим
17. Перспективы развития мирового туризма
18. Шенгенские визы
19. Международные организации, регулирующие туристскую деятельность
20. Особенности оформления виз в некоторых странах
21. Развитие и регулирование туристской деятельности в России
22. Визовые ограничения
23. Турагентская деятельность
24. Таможенные формальности
25. Турагенты понятие, и функции
26. Пассажи́рская таможенная декларация
27. Роль турагента и туроператора на туристском рынке
28. Общие вопросы безопасности в туризме
29. Турагенты и туроператоры
30. Страхование и медицинское обеспечение путешествий

### **5.2.2 Тематика рефератов**

1. Цели и задачи турагентской деятельности
2. Функции турагентства
3. Особенности агентского договора
4. Комиссионное вознаграждение. Бонусы
5. Туристский договор и его особенности
6. Устав, учредительный договор, регистрация турагентства
7. Независимые, уполномоченные, ритейлинговые, франчайзинговые турагентства
8. Агенты, субагенты и региональные представители в турагентской деятельности
9. Методы стимулирования турагентской деятельности
10. Агентские сети и условия работы в них
11. Маркетинг в турагентской деятельности
12. Маркетинговая среда турагентской деятельности
13. Реклама в турагентской деятельности
14. Туристская пропаганда в турагентской деятельности
15. Основные этапы взаимодействия туроператор-турагент
16. Особенности проведения презентации

17. Обработка возражений клиента
18. Переговоры о цене турпродукта
19. Основной пакет документов в турагентской деятельности
20. Технология продаж турпродукта в турагентской деятельности
21. Обязанности туриста
22. Формы декларированию товаров
23. Компенсация за непредоставленные услуги и возмещение убытков туристам
24. Порядок ввоза и вывоза различных товаров
25. Ведение туристской отчетности
26. Порядок перемещения валюты через государственную границу
27. Упрощенная система налогообложения
28. Квалификационные требования, предъявляемые к специалистам третьего квалификационного уровня
29. Принципы подбора партнеров по реализации тура
30. Факторы развития туристской индустрии

### 5.2.3 Тестовые задания

#### 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

**13. Определите, какая страна из перечисленных не омывается водами Средиземного моря?**

- а) Сирия;  
 б) Израиль;  
 в) Турция;  
 г) Ливан;  
 д) Иордания;  
 е) Греция;  
 ж) Албания;  
 з) Египет;  
 и) Ливия;  
 к) Алжир.

**14. Укажите название единственного морского порта Словении?**

- а) Котор;  
 б) Дуррес;  
 в) Пирей ;  
 г) Измир;  
 д) Копер;  
 е) Ливерпуль;  
 ж) Эдинбург;  
 з) Риека.

**15. Укажите, какой известный физико-географический объект объединяет Францию, Италию, Швейцарию, Германию, Австрию, Лихтенштейн, и определите страну, которая может их дополнить?**

- а) Хорватия;  
 б) Болгария;  
 в) Македония;  
 г) Словения;  
 д) Греция;

**16. По признаку географического положения найдите исключение из логики?**

- а) Испания;  
 б) Греция;  
 в) Албания;  
 г) Сирия;  
 д) Пакистан;  
 е) Непал;  
 ж) Мьянма;  
 з) Гана;  
 и) Судан;  
 к) Колумбия.

**17. Туроператор – это?**

- а) предприятие, организующее рекламу и продвижение туристического продукта;

- б) реализатор туристического продукта;
- в) предприятие, занимающееся разработкой туристического продукта, комплектацией тура и обеспечивающее их функционирование.

**18. Турист - это гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания?**

- а) с занятием оплачиваемой в этом месте деятельностью;
- б) без занятия оплачиваемой в этом месте деятельностью;
- в) с целью поиска работы и устройства на постоянное место жительства.

**19. Интенсив-тур представляет собой?**

- а) поощрительную поездку за счет фирмы для своих сотрудников;
- б) путешествие с целью лечения;
- в) путешествие с целью посещения ряда стран за одну неделю.

**20. Виза – это?**

- а) официальный документ, удостоверяющий личность туриста;
- б) разновидность международного страхового полиса, позволяющая получать и оплачивать страховые услуги в любой стране мира;
- в) специальное разрешение иностранного правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через территорию его государства

**21. Таможенные формальности представляют собой процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу?**

- а) установленного паспортно-визового режима;
- б) установленных требований вакцинации;
- в) правил и условий ввоза и вывоза вещей, товаров и валютных средств.

**22. Что необходимо для развития международного туризма в России?**

- а) наличие природных туристических ресурсов;
- б) высокие темпы экономического роста;
- в) кардинальное решение отношений собственности и проведение комплекса мероприятий на государственном уровне по превращению туризма в приоритетное экономическое направление.

**23. Обслуживание «a la cart» - это?**

- а) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню;
- б) обслуживание по единому для всех туристов меню без права выбора блюд;
- в) свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание.

**24. В отличие от индивидуального, групповой тур?**

- а) предполагает одновременное присутствие в турпоездке не менее 9 человек;
- б) имеет стоимость не более 1000 долларов и длится не менее 5 дней ;
- в) стандартный, не предполагает различия в уровне сервисного обслуживания туристов;
- г) предполагает аренду транспортного средства, а не приобретение проездных.

**25. К обязанностям судоходной компании по договору фрахта относится?**

- а) своевременная разработка круизного маршрута и графика движения судна;
- б) организация анимационного обслуживания туристов ;

- в) оплата стоимости услуг портов стоянок, шлюзов, каналов и т.д.;
- г) организация экскурсионного обслуживания туристов в портах стоянок ;
- д) организация питания туристов на борту теплохода.

**26. Как обозначается двухместный номер с видом на море на базе питания «полу-пансион» в гостиничной документации?**

- а) TRPL, FB, SSV;
- б) DBL-twin, BB ;
- в) SNGL, BB, SCV;
- г) DBL, AI ;
- д) DBL, SV, HB.

**27. В каком случае российский гражданин, имеющий итальянскую шенгенскую визу, во время заграничной поездки может совершить двухдневную экскурсию из Италии в Хорватию и обратно?**

- а) только если у него есть туристический ваучер хорватской стороны ;
- б) в любом случае, если не нарушается срок действия итальянской шенгенской визы ;
- в) если турист имеет туристический ваучер хорватской стороны и итальянскую мульти-визу.

**28. Кто осуществляет государственный контроль и надзор за соблюдением обязательных требований государственных стандартов в туризме?**

- а) государственный орган управления туризмом;
- б) Госстандарт России;
- в) турфирма.

**29. Если международным договором РФ установлены иные правила, чем те, которые содержатся в законодательстве РФ о стандартизации, то применяются?**

- а) правила международного договора;
- б) правила, установленные законодательством РФ;
- в) иные правила (по договору).

**30. В каком нормативном документе приведен полный перечень существенных условий договора на туристское обслуживание?**

- а) в Гражданском кодексе РФ;
- б) в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
- в) в Законе РФ «О защите прав потребителей».

**Ключ к тесту:**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
в	В	а	в	в	в	в	а-д б-в д-ж в-е е-а ж-б	а-д б-в в-е д-б е-ж ж-а з-и	1-б 2-г 3-д 4-в 5-а	б	а-д б-а в-г г-б д-в	д	д



								И-к К-3							
--	--	--	--	--	--	--	--	------------	--	--	--	--	--	--	--

<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>
Г Аль пы	к	в	б	а	в	в	в	а	в	в	д	б	б	б	б

## **6.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины(модуля)**

### ***а) основная учебная литература:***

1 1. Александрова А.Ю. Туристское регионоведение. Влияние региональной интеграции на мировой туристский рынок / А. Ю. Александрова, О. Г. Ступина. Москва: КноРус, 2016. 174 с.

2. Баулина О.А. Концептуальные основы кластерного развития региона [Электронный ресурс] / Баулина О А., Юношин В.В. Электрон, текстовые данные. Волгоград: Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет, 2016. 162 с.

3. Воскресенский В.Ю. Международный туризм [Электронный ресурс] : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. 463 с.

4. Инновационное развитие регионов Беларуси и Украины на основе кластерной сетевой формы [Электронный ресурс] / Н.Г. Берченко [и др.]. Электрон, текстовые данные. Минск: Белорусская наука, 2017. 392 с.

5. Карякина Л А . Формирование и развитие кластерных образований в экономике [Электронный ресурс]: монография. Электрон, текстовые данные. М.: Дашков и К, 2016. 150 с.

6. Кирьянова Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций: учебное пособие для магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2018. 264 с. (Серия: Университеты России).

7. Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте : учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 326 с.

8. Косолапов А.Б., Елисеева Т.И. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие. 6-е изд., стер. Москва: КноРус, 2019. 199 с.

9. Косолапов, А.Б. Организация туристской деятельности: практикум. Владивосток: Изд-во Дальневосточного федерального университета, 2017. 407 с.

10. Кусков А. С. Туроперейтинг: Учебник. М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 400 с. Маевский Д.П., Синявец Т.Д., Лучко О.Н., Мезенцева О.В., Маренко В.А., Кулагина Е.В., Грицай М.А., Прончева О.К.

11. Сорокина А.В. Координация пространственного и отраслевого развития в рамках кластеров [Электронный ресурс]: опыт зарубежных стран/ Сорокина А.В. Электрон, текстовые данные. М.: Дело, 2015. 36 с.

**б)дополнительная учебнаялитература:**

1. Миркин Б.Г. Введение в анализ данных: учебник и практикум / Б. Г. Миркии. М.: Издательство Юрайт, 2018. 174 с.
2. Тарасенко В. Территориальные кластеры [Электронный ресурс]: семь инструментов управления/ Тарасенко В. Электрон, текстовые данные. М.: Альпина Паблишер, 2016. 201 с.
3. Ульяновченко Л.А. Региональные туристские комплексы и кластеры [Электронный ресурс]: монография. Электрон, текстовые данные. М.: Русайнс, 2016. 151 с.
4. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление индустрией туризма России в современных условиях: учебное пособие для вузов. М.: КноРус, 2016. 416 с.
5. Шимова О.С. Основы устойчивого туризма: Учебное пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2017. 190 с.

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

При проведении лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

1. Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.
2. Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижения лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины**

1. Официальный сайт Российской гостиничной ассоциации (РГА) <http://rha.ru/>
2. Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ <http://www.russiatourism.ru/>
3. Электронная библиотека «Все о туризме» <http://tourlib.net/>
4. Электронный журнал «Пять звезд» <http://5stars-mag.ru/>

## **9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине(модулю)**

Для преподавания дисциплины не требуется специальных материально-технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала.