

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 29.06.2026 17:41:33
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
для текущего контроля успеваемости и
промежуточной аттестации обучающихся
ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.В.28 Международная туристическая деятельность
(International tourism activities)
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Менеджмент внешнеэкономической деятельности
(наименование образовательной программы)

Бакалавр
(квалификация)

Очная форма обучения
(форма обучения)

Год набора - 2023

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) ФОС:

Беганская Ирина Юрьевна, д-р экон.наук, доцент, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
 по учебной дисциплине «Международная туристическая деятельность (International tourism activities)»

1.1. Основные сведения об учебной дисциплине

Таблица 1

Характеристика учебной дисциплины (сведения соответствуют разделу РПУД)

Образовательная программа	Бакалавриат
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	«Менеджмент внешнеэкономической деятельности»
Количество разделов учебной дисциплины	3
Часть образовательной программы	Вариативная часть Б1.В.28
Формы текущего контроля	Устный опрос, ситуационные задания, кейс-задания, рефераты, тестовые задания, контроль по разделам
<i>Показатели</i>	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Семестр	5
Общая трудоемкость (академ. часов)	144
Аудиторная контактная работа:	56
Лекционные занятия	18
Семинарские занятия	36
Консультации	2
Самостоятельная работа	88
<i>Форма промежуточной аттестации</i>	зачет с оценкой

1.2. Перечень компетенций с указанием этапов формирования в процессе освоения образовательной программы.

Таблица 2

Перечень компетенций и их элементов

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ПК-2: Способен ориентироваться в вопросах мировой и глобальной экономики, формировании и развитии национальных экономик, знать социально-экономические модели стран мира.	ПК-2.5: Демонстрирует теоретические знания и практические навыки в области управления социально-культурной сферой и туризмом на международном уровне	Знать:	
		1. Варианты управленческих решений в сфере организации	ПК-2.5 3-1
		2. Пути осуществления профессиональной деятельности	ПК-2.5 3-2
		3. Предполагаемые риски и возможные социально-экономические последствия	ПК-2.5 3-3
		Уметь:	
		1. Принимать управленческие решения в сфере организации	ПК-2.5 У-1
		2. Организовывать и осуществлять профессиональную деятельность	ПК-2.5 У-2
		3. Преодолевать предполагаемые риски и возможные социально-экономические последствия	ПК-2.5 У-3
		Владеть:	
		1. Методами принятия управленческих решений	ПК-2.5 В-1
	2. Путями организации и осуществления профессиональной деятельности	ПК-2.5 В-2	
	3. Способами преодоления предполагаемых рисков и возможных социально-экономических последствий	ПК-2.5 В-3	
	ПК-2.6: Разрабатывает основные направления повышения эффективности функционирования туризма и гостеприимства как межотраслевого комплекса	Знать:	
		1. Способы оценки результативности распространения информации	ПК-2.6 3-1
		2. Методику создания рекламной информации о продукции	ПК-2.6 3-2
		3. О каналах распространения информации на внешних рынках	ПК-2.6 3-3
		Уметь:	
1. Проводить оценку результативности распространения информации		ПК-2.6 У-1	
2. Применять методику создания рекламной информации о продукции	ПК-2.6 У-2		

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
		3. Распространять информации на внешних рынках	ПК-2.6 У-3
		Владеть:	
		1. Способами оценки результативности распространения информации	ПК-2.6 В-1
		2. Методикой создания рекламной информации о продукции	ПК-2.6 В-2
		3. Пути распространения информации на внешних рынках	ПК-2.6 В-3

Таблица 3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Номер семестра	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
Раздел 1. Сущность международного туризма и его роль в мировом экономическом развитии				
1.	Тема 1.1. Международный туризм как системный объект изучения	6	ПК-2.5 З-1 ПК-2.6 З-2 ПК-2.5 У-1 ПК-2.6 У-2 ПК-2.6 В-1	Вопросы для устного опроса, тесты
2.	Тема 1.2. Становление современных форм развития и государственного регулирования туризма в странах мира	6	ПК-2.5 З-2 ПК-3.3 З-3 ПК-4.1 У-2 ПК-2.6 У-3 ПК-2.6 В-2	Вопросы для устного опроса, тесты, ситуационное задание
3	Тема 1.3. Международные туристические организации	6	ПК-2.5 З-2 ПК-2.6 З-3 ПК-2.5 У-2 ПК-2.5 У-3 ПК-2.6 В-2	Вопросы для устного опроса, тесты, контроль знаний по 1 разделу
Раздел 2. Рынок международного туризма (International Tourism Market)				
4.	Тема 2.1. Сущность и классификационные признаки международного туристического рынка (The essence and classification features of the international tourism market)	6	ПК-2.6 З-1 ПК-2.6 З-2 ПК-2.6 У-1 ПК-2.5 У-2 ПК-2.5 В-1	Вопросы для устного опроса, тесты
5.	Тема 2.2. География туристического спроса на	6	ПК-2.5 З-1 ПК-2.6 З-3	Вопросы для устного опроса, тесты, реферат,

	рынке международного туризма (Geography of tourist demand in the international tourism market)		ПК-2.6 У-2 ПК-2.5 У-3 ПК-2.6 В-2 ПК-2.6 В-3	кейс-задание, контроль по 2 разделу
Раздел 3. Основные направления и условия деятельности предприятий на рынке международного туризма				
6.	Тема 3.1. Сущность и особенности формирования туристического предложения	6	ПК-2.6 З-1 ПК-2.6 З-2 ПК-2.5 У-1 ПК-2.5 У-2 ПК-2.6 В-1	Вопросы для устного опроса, тесты, ситуационное задание
7.	Тема 3.2. Современное состояние и перспективы развития индустрии туризма	6	ПК-2.5 З-2 ПК-2.5 З-3 ПК-2.5 У-1 ПК-2.6 У-2 ПК-2.5 В-1 ПК-2.5 В-3	Вопросы для устного опроса, тесты, реферат, кейс-задание, контроль по 3 разделу

РАЗДЕЛ 2 Текущий контроль

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины.

Таблица 2.1

Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)

Сумма баллов по разделу	Раздел 1		Раздел 2		Раздел 3		Контроль знаний дисциплины – 10	Контроль знаний дисциплины – 10	Контроль знаний дисциплины – 10	Научная составляющая -10	Сумма баллов за дисциплину 100
	Т.1.1	Т.1.2	Т.2.1	Т.2.2	Т.3.1	Т.3.2					
Виды работ: Лекции											
Семинарские занятия: <i>устный опрос</i>	2	2	2	2	2	2					
<i>тестовые задания</i>	3	3	3	3	3	3					
<i>ситуационные задания</i>		5		5	5						
Индивидуальные задания (кейс-задание)					7**						
Самостоятельная работа (реферат)					8**						
Сумма баллов	15		15		30						

* в первом разделе баллы за индивидуальную работу суммируются. Выставляются за выполненную индивидуальную работу

** баллы за выполнение индивидуального задания (кейс-задание) и самостоятельной работы (реферат) выставляется в конце семестра после изучения всех тем учебной дисциплины «Международная туристическая деятельность (International tourism activities): правовой аспект»

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы вначале каждой практической занятию проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);

своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);

использование дополнительного материала (обязательное условие);

рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется растянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

Критерии оценки.

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

РАЗДЕЛ 1. СУЩНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ЕГО РОЛЬ В МИРОВОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ

Тема 1.1. Международный туризм как системный объект изучения

1. Что понимается под туризмом?
2. В чем заключается особенность международного туризма?
3. Назовите основные классификации туризма.
4. В чем отличие туриста и экскурсанта?
5. Каковы особенности современного этапа развития туризма?
6. Что понимается под туристской мотивацией?
7. Какие виды туров можно выделить в зависимости от целей и мотивов?

8. Назовите основные барьеры к путешествию.
9. Перечислите и охарактеризуйте основные факторы туристской мотивации.

Тема 1.2. Становление современных форм развития и государственного регулирования туризма в странах мира

1. Какие основные виды транспорта используются в туристской индустрии? Охарактеризуйте кратко каждый вид.
2. Что понимается под трансфером?
3. Охарактеризуйте основные правовые аспекты перевозки граждан (по видам транспорта).
4. Какую долю составляют гостиницы, имеющие категорию "четыре" и "пять" звезд? Где они расположены? С чем это связано?
5. Какие Вы знаете типы предприятий питания?
6. Перечислите типы услуг питания в гостиницах.
7. Что такое туристская анимация?
8. Перечислите основные виды анимации.
9. Важно ли учитывать этнический фактор при составлении анимационной программы? Почему?

Тема 2.3. Международные туристические организации

1. Объясните, в чем сложность формулирования единого понятия туристской дестинации.
2. Перечислите основные теоретические подходы к определению туристской дестинации.
3. Подберите в рекомендуемых источниках не менее пяти различных определений туристской дестинации.
4. Обоснуйте концепцию территориальной рекреационной системы. Выявите разницу в теории ТРС и теории дестинаций.
3. Проведите классификацию одной из дестинаций по вашему выбору по всем известным вам признакам классификации дестинаций. Обоснуйте.
6. Обоснуйте теорию жизненного цикла дестинаций С. Плога. Дайте определение разных типов туристов с точки зрения теории.
7. Обоснуйте теорию жизненного цикла дестинации Р. Батлера.
8. Проведите анализ эволюции одной из дестинаций в соответствии с теорией жизненного цикла дестинации Р. Батлера.

РАЗДЕЛ 2. РЫНОК МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА (INTERNATIONAL TOURISM MARKET)

Тема 2.1. Сущность и классификационные признаки международного туристического рынка (The essence and classification features of the international tourism market)

1. Что такое международный бизнес? Чем международный бизнес отличается от деловой активности внутри страны?
2. Каким образом различия между уровнем доходов и характером их распределения в разных странах влияют на международные деловые операции в сфере туризма?
3. Перечислите основные формы международных деловых операций.
4. Чем экспорт и импорт товаров отличаются от экспорта и импорта услуг?
5. Что такое портфельные инвестиции?
6. Назовите основные причины значительного расширения масштабов международного бизнеса в последние годы.

7. Какие страны входят в состав «тройки»? Какие страны входят в состав «четверки»? Почему они имеют такое большое значение для международного бизнеса?

Тема 2.2. География туристического спроса на рынке международного туризма (Geography of tourist demand in the international tourism market)

1. Какие события из истории XX в. оказывали позитивное влияние на международный туризм, а какие имели для него негативные последствия?

2. Перечислите и охарактеризуйте основные тенденции развития мирового туризма, транспорта, гостиничного дела и ресторанного бизнеса в XX в. Почему эти отрасли оказались так тесно связаны друг с другом?

3. Почему в XX в. на развитие туризма большое влияние оказывают международные организации?

4. Охарактеризуйте цели, задачи и направления деятельности Всемирной туристской организации. Раскройте основные положения Хартии туризма и Кодекса туриста.

5. Какие страны во второй половине XX в. занимали лидирующие позиции в международном туризме? Чем обусловлено это лидерство и какие новые популярные направления туристских потоков появлялись в рассматриваемый период?

РАЗДЕЛ 3. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ И УСЛОВИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Тема 3.1. Сущность и особенности формирования туристического предложения

1. Какие пути и способы используют ТНК для расширения своего зарубежного присутствия?

2. Назовите общие и особенные черты в транснациональной деятельности авиакомпаний и отелей, с одной стороны, и классических товаропроизводителей, с другой.

3. Перечислите основные стратегии гостиничных ТНК. В чем состоят сильные и слабые стороны каждой из них?

4. Чем объясняется широкое распространение системы франчайзинга в международном гостиничном бизнесе?

5. Каковы причины успеха и кризиса американской модели организации и управления гостиничным бизнесом? В чем состоит отличие американской модели от европейской и азиатской?

6. Назовите всемирно известные торговые марки на рынке гостиничных услуг.

7. Какое воздействие оказывают туристские ТНК на экономику принимающей страны и страны базирования?

8. Объясните механизм трансфертного ценообразования, который используют ТНК в туризме.

9. В какой мере деятельность ТНК обуславливает изменения в туристских потоках?

10. Какое влияние оказывают процессы глобализации на индустрию туризма?

Тема 3.2. Современное состояние и перспективы развития индустрии туризма

1. Как реализуется на практике двустороннее сотрудничество Российской Федерации с зарубежными государствами в сфере туризма?

2. В чем заключаются функции международных межправительственных организаций как субъектов публичного управления в сфере туризма?

3. Каковы основные концепции и понятия в сфере публичного управления туризмом за рубежом?

4. Какие цели декларирует и как осуществляет реализацию поставленных задач Всемирная туристская организация (ЮНВТО)?

5. В чем заключается участие Национальной туристской администрации в деятельности международных межправительственных организаций.

6. Каковы пути реализации федеральных и муниципальных программ в туристской отрасли в современной Германии?

7. Каковы особенности публичного управления туризмом в Канаде?

8. В чем отличие публичного управления туризмом в странах Азиатско-Тихоокеанского региона и Российской Федерации?

2.2. Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела (темы) учебной дисциплины может проводиться тестирование. Критерии оценивания представлены в таблице 5:

Таблица 5

Критерии оценивания тестовых заданий (для обучающихся очной формы)

Баллы	% правильных ответов	Оценка по государственной шкале
3	80-100	отлично
2	51-79	хорошо
1	30-50	удовлетворительно
0*	менее 30%	не удовлетворительно

*- оценка 0 в журнал академической группы не выставляется

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Тема 1.1. Международный туризм как системный объект изучения

Задание 1. Основные отличия туриста от экскурсанта:

- а) в организации посещения другой местности;
- б) в целях путешествия;
- в) в длительности путешествия;
- г) нет правильного ответа.

Задание 2. Выездной туризм - это выезд с постоянного места жительства:

- а) за пределы города;
- б) за пределы страны на заработки;
- в) нет правильного ответа.
- г) на экскурсию в соседний город.

Задание 3. Внутренний туризм - это путешествия:

- а) иностранных граждан по России;
- б) граждан России по странам СНГ;
- в) российских граждан по России;
- г) все ответы верны.

Задание 4. Национальный туризм - это путешествия:

- а) по России иностранных граждан;
- б) по России иностранных граждан и иностранных туристов;
- в) по России российских граждан и выезд российских граждан за пределы страны;
- г) за границу российских граждан.

Задание 5. Из каких источников финансируется инсентив-тур?

- а) из бюджета семьи;
- б) из бюджета государства;
- в) из бюджета коммерческих структур;
- г) нет правильного ответа.

Задание 6. Что считается началом туристского маршрута?

- а) выезд за пределы места постоянного пребывания;
- б) первая услуга, оказываемая на маршруте в соответствии с приобретенным у турфирмы пакетом услуг;
- в) дата полностью оплаченной покупки турпродукта;
- г) въезд на территорию государства.

Задание 7. Что считается окончанием туристского маршрута?

- а) возвращение на постоянное место пребывания;
- б) время пересечения государственной границы;
- в) последняя услуга, оказываемая на туристском маршруте турфирмой;
- г) прибытие в место отдыха.

Задание 8. Международный туризм - это путешествия:

- а) иностранных граждан по России;
- б) граждан России по иностранным государствам;
- в) иностранных граждан по России и российских граждан за рубежом;
- г) все ответы верны.

Задание 9. Социальный туризм - это путешествия:

- а) членов многодетных семей и инвалидов;
- б) лиц третьего возраста (пенсионеров);
- в) субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды;
- г) нет правильного ответа.

Задание 10. Самодетельный туризм - это путешествия:

- а) организованные по экстремальным маршрутам;
- б) субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды;
- в) самостоятельно организуемые туристами с использованием активных способов передвижения;
- г) все ответы верны.

Тема 1.2. Становление современных форм развития и государственного регулирования туризма в странах мира

Задание 1. Из каких источников может финансироваться эксклюзив-тур?

- а) из бюджета семьи;
- б) из бюджета коммерческих фирм;
- в) из бюджета государства;
- г) из бюджета предприятия.

Задание 2. Что относится к туроператорской деятельности в России?

- а) продвижение турпродукта;
- б) формирование турпродукта;
- в) реализация турпродукта;
- г) иная деятельность.

Задание 3. Что относится к турагентской деятельности?

- а) разработка нового турпродукта;

б) деятельность по продвижению турпродукта;
в) деятельность по продвижению и реализации турпродукта, полученного от оператора;

г) взаимодействие с туроператором.

Задание 4. Туристская путевка является документом:

а) установленного образца;

б) подтверждающим факт передачи туристского продукта;

в) подтверждающим факт оказания туристских услуг;

г) нет правильного ответа.

Задание 5. Туристский ваучер - это документ установленного образца:

а) подтверждающий факт передачи турпродукта;

б) устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура;

в) подтверждающий факт оказания услуг, входящих в состав тура;

г) все ответы верны.

Задание 6. Что входит в актив платежного баланса по статье «Туристские услуги/поездки»?

а) поступления от продажи товаров и туристских услуг въездным туристам;

б) суммы от приобретения туристских услуг и товаров выездными туристами в стране пребывания;

в) прибыль от продажи билетов на транспорт;

г) все ответы верны.

Задание 7. Какие из нижеперечисленных стран мира относятся к странам с положительным сальдо туристского баланса?

а) Германия;

б) Испания;

в) Россия;

г) ОАЭ.

Задание 8. Какие из нижеперечисленных стран мира относятся к странам с отрицательным сальдо туристского баланса:

а) Япония;

б) США;

в) Россия;

г) Греция.

Задание 9. Гостиница-это:

а) специализированное средство размещения туристов;

б) коллективное средство размещения туристов, имеющее не менее 10 номеров;

в) индивидуальное средство размещения туристов;

г) все ответы верны.

Задание 10. Категоризация гостиниц в России определяется:

а) разрядами проживания;

б) количеством звезд в сертификате качества;

в) иными показателями;

г) нет правильного ответа.

Тема 1.3. Туристическая дестинация, как элемент системы международного туризма

Задание 1. Условия расчетов за основные и дополнительные услуги в гостинице:

- а) наличными (cash);
- б) кредитной картой;
- в) дисконтной картой;
- г) чеком (cheque).

Задание 2. Формированием туристского продукта (организацией тура, поездки) занимаются в РФ:

- а) турагенты;
- б) туроператоры;
- в) туристы;
- г) все ответы верны.

Задание 3. В оптовой продаже турпродукта участвуют в РФ:

- а) турагенты;
- б) туроператоры;
- в) туристы;
- г) все ответы верны.

Задание 4. В розничной продаже турпродукта участвуют в РФ:

- а) турагенты;
- б) туроператоры;
- в) туристы;
- г) все ответы верны.

Задание 5. Розничная реализация турпродукта осуществляется:

- а) по договору-поручению;
- б) по договору комиссии;
- в) по договору о туристском обслуживании;
- г) нет правильного ответа.

Задание 6. Полное и конкретное описание турпродукта приводится:

- а) в договоре о туристском обслуживании;
- б) в путевке по форме «ТУР-1»;
- в) в каталоге турфирмы;
- г) все ответы верны.

Задание 7. Что из приводимого ниже относится к существенным условиям договора о туристском обслуживании:

а) информация о туроператоре и турагенте (продавце), включая данные о лицензии на осуществление туристской деятельности, его юридический адрес и банковские реквизиты;

- б) максимальное количество туристов в группе;
- в) розничная цена туристского продукта и порядок его оплаты;
- г) все ответы верны.

Задание 8. В каком нормативном документе приведен полный перечень существенных условий договора 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»;
- г) все ответы верны.

Задание 9. Какие категории (виды транспорта) приводятся в «Стандартной международной классификации транспортных средств»:

- а) авиационный, водный и железнодорожный транспорт;
- б) воздушный, водный и сухопутный транспорт;
- в) воздушный, морской и автомобильный транспорт;
- г) все ответы верны.

Задание 10. Какой вид транспорта в структуре выездного туристского потока граждан РФ (по данным 2020 г.) занимает первое место:

- а) воздушный;
- б) водный;
- в) сухопутный;
- г) пеший.

Тема 2.1. Сущность и классификационные признаки международного туристического рынка (The essence and classification features of the international tourism market)

Задание 1. В каком каталоге средств размещения вниманию клиентов и работников туристической индустрии предлагается две классификации гостиниц:

- а) Best Western;
- б) Best Eastern;
- в) UTS;
- г) Raddison.

Задание 2. В каталогах каких российских туристских фирм дается собственная классификация гостиниц:

- а) маршрутов компании «Роза ветров»;
- б) корпорации «Академсервис»;
- в) компании «Инна-тур»;
- г) компания «Тур-Тесс».

Задание 3. Какой из каталогов средств размещения имеет специальное «Ценовое приложение»:

- а) Best Western;
- б) Best Eastern;
- в) Universe Travel Service;
- г) «Trip adviser».

Задание 4. В каком из каталогов гостиниц категория отеля приводится в «звездах», а классификация отеля в знаках (T, ST, F, SF, D):

- а) Best Eastern;
- б) UTS;
- в) Best Western;
- г) «Trip adviser».

Задание 5. В какой валюте указывается стоимость гостиничных услуг в каталоге туристской компании «Роза ветров»:

- а) долл. США;
- б) рублях;
- в) валюте страны пребывания;
- г) нет правильного ответа.

Задание 6. Что является минимальным и предельным элементом бронирования гостиничных услуг:

- а) место (койко-место) в гостинице;
- б) номер в гостинице;
- в) пакет питания;
- г) другое.

Задание 7. В каком из известных каталогов средств размещения указывается тип завтрака, включенного в стоимость проживания:

- а) в каталоге UTS;
- б) в каталоге Best Eastern;
- в) приложение «Trip adviser»;
- г) других каталогах.

Задание 8. Учитывается ли при определении стоимости гостиничного номера его определенное расположение, при котором из его окна или с балкона открывается определенный вид (на горы, на море и т.д.):

- а) да;
- б) нет;
- в) не знаю.

Задание 9. В каком из известных каталогов указывается официальная цена гостиничного номера отдельно для граждан России и СНГ и иностранных граждан:

- а) в каталоге Best Eastern;
- б) в каталоге Best Western;
- в) в каталоге UTS;
- г) приложение «Trip adviser».

Задание 10. Цена (тариф) розничной продажи услуг размещения - это:

- а) опубликованный гостиничный тариф;
- б) агентский тариф;
- в) корпоративный тариф;
- г) нет правильного ответа.

Тема 2.2. География туристического спроса на рынке международного туризма (Geography of tourist demand in the international tourism market)

Задание 1. Туризм – это:

- а) вид деятельности;
- б) путешествие;
- в) маршрут;
- г) пакет услуг.

Задание 2. В каком веке термин «туризм» адаптировался в языках разных народов?

- а) XIX век; б) XV век; в) XX век; г) XVII век.

Задание 3. В словаре какого государства и когда впервые дано определение понятию «туризм»:

- а) Англия (XVIII в.);
- б) Франция (конец XVIII в. – начало XIX в.);
- в) Германия (XVI в. – начало XVII в.);
- г) США (конец XVIII в.).

Задание 4. Появление туризма стало возможным в результате коренных изменений:

- а) развития средств транспорта и связи;
- б) налаживания мирохозяйственных отношений в различных сферах;
- в) на основе путешествий и открытий;
- г) все варианты верны.

Задание 5. Под спортивно-оздоровительным туризмом понимают:

- а) путешествия;
- б) походы;
- в) рекреационные мероприятия;
- г) посещение дестинаций.

Задание 6. Какие из перечисленных видов туризма включены в спортивную классификацию?

- а) пешеходный;
- б) горно-лыжный;
- в) водно-моторный;
- г) спелео.

Задание 7. Наиболее массовая туристская организация дореволюционной России:

- а) кружок любителей природы, горного спорта и Крымских гор (г. Ялта);
- б) русский туринг-клуб (г. Петербург);
- в) кавказское горное общество (г. Пятигорск);
- г) все ответы верны.

Задание 8. Первый альпинистский клуб на территории Российской империи создан в Тифлисе в:

- а) 1877;
- б) 1900;
- в) 1865;
- г) 1993.

Задание 9. Туристский центр – это:

- а) местность привлекающая туристов наличием специфических рекреационных ресурсов, географией, транспортом;
- б) блок туристских сооружений;
- в) место развлечения туристов;
- г) место сбора и развлечения туристов.

Задание 10. Экскурсия - это:

- а) процесс самообразования;
- б) целенаправленный процесс познания окружающего мира;
- в) процесс подготовки к учебе;
- г) вид путешествия.

11. География туризма - это:

- а) часть политической географии;
- б) важнейшая часть экономической географии;
- в) главнейшая часть рекреационной географии;
- г) наука о расположении туристских объектов.

Тема 3.1. Сущность и особенности формирования туристического предложения

Задание 1. Что является продуктом продажи в системе клубного отдыха в России:

- а) право на тур, предназначенное для реализации туристу;

б) право на пользование в течение определенного времени средствами размещения и услугами клуба отдыха;

в) право на часть собственности клуба отдыха;

г) нет правильного ответа.

Задание 2. Какое время пребывания в клубе (интервал) оплачивается покупателем клубного отдыха по системе «таймшер»:

а) неделя, несколько недель;

б) месяц;

в) год;

г) иное.

Задание 3. Что влияет на стоимость покупки клубного отдыха:

а) интервал, сезон, тип блока размещения;

б) престижность клуба отдыха;

в) коммунальные и управленческие платежи;

г) стоимость обмена отдыха.

Задание 4. Минимальное время действия договора между продавцом и покупателем клубного отдыха:

а) 99 лет;

б) 3 года;

в) 1 год;

г) 5 лет.

Задание 5. Договор на клубный отдых вступает в силу:

а) сразу после подписания продавцом и покупателем (сторонами);

б) на следующий день после истечения определенного времени с момента подписания договора;

в) через месяц после подписания договора;

г) после первой покупки тура.

Задание 6. Период охлаждения (по директиве Евросоюза):

а) 10 дней;

б) 14 дней;

в) 30 дней;

г) 90 дней.

Задание 7. Право на клубный отдых может быть продано членом клуба:

а) любому лицу самим членом клуба отдыха;

б) только по правилам, установленным клубом отдыха;

в) продажа запрещена;

г) иное.

Задание 8. Договор на клубный отдых:

а) включает в себя существенные условия договора;

б) действителен и без упоминания существенных условий договора;

в) включает только ваучер на проживание;

г) иное.

Задание 9. Через какое время после заключения договора на клубный отдых покупатель заносится в реестр членов клуба отдыха:

а) сразу после подписания договора;

б) не позднее одного месяца после подписания договора;

- в) по истечении «времени охлаждения»;
- г) иное.

Задание 10. Обмен отдыхом (на отдых в другом клубе) может быть произведен:

- а) самостоятельно членом клуба отдыха;
- б) только через обменную компанию;
- в) по договоренности между членами различных клубов отдыха;
- г) нет правильного ответа.

Тема 3.2. Современное состояние и перспективы развития индустрии туризма

Задание 1. Соглашения между Правительством России и правительствами других государств в сфере туризма призваны:

- а) способствовать расширению дружественных связей между народами Российской Федерации и других стран;
- б) укреплять и развивать сотрудничество в области туризма на основе равноправия, взаимной выгоды и в соответствии с законодательством государств;
- в) поощрять как организованный групповой, так и индивидуальный туризм, а также обмен специализированными группами туристов;
- г) все ответы верны.

Задание 2. Основными направлениями работы ЮНВТО в сфере мирового туризма, являются:

- а) конкурентоспособность и устойчивое развитие;
- б) сокращение масштабов нищеты и развитие потенциала;
- в) партнерство и интеграция;
- г) все ответы верны.

Задание 3. Деятельность Агентства по туристскому развитию Франции НЕ включает в себя:

- а) продвижение страны на мировом рынке;
- б) нормативное правовое регулирование отношений в области туризма;
- в) осуществление мер поддержки и стимулирования внутреннего туризма;
- г) реализацию политики конкурентоспособности и качества в туристском секторе.

Задание 4. Государственное регулирование в сфере туризма в Австрии выражается в:

- а) рассмотрении туристской отрасли как интегрированной части экономики страны и ее развития в качестве инструмента для решения общеэкономических проблем федерального масштаба;
- б) прямых бюджетных ассигнований на разработку и реализацию федеральных целевых программ развития туризма;
- в) создании благоприятных условий для инвестиций в туристскую индустрию;
- г) все ответы верны.

Задание 5. Публичное управление туризмом на основе принципов рыночной самоорганизации НЕ предполагает:

- а) присутствия сильных частных компаний в индустрии туризма;
- б) развития инициативы на уровне регионов и департаментов;
- в) централизованного финансирования отрасли туризма;
- г) самостоятельных рекламных акций в интересах всего национального рынка туризма.

2.3. Рекомендации по оцениванию результатов решения ситуационных заданий

Критерии оценивания решения ситуационных заданий для обучающихся очной формы представлены в таблице 6.

Таблица 6

Критерии оценивания решения ситуационных заданий

Максимальное количество баллов*	Правильность (ошибочность) решения
Отлично	Полные верные ответы. В логичном рассуждении при ответах нет ошибок, задание полностью выполнено. Получены правильные ответы, ясно прописанные во всех строках заданий и таблиц
Хорошо	Верные ответы, но имеются небольшие неточности, в целом не влияющие на последовательность событий, такие как небольшие пропуски, не связанные с основным содержанием изложения. Задание оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию вопроса
Удовлетворительно	<p>Ответы в целом верные. В работе присутствуют несущественная хронологическая или историческая ошибки, механическая ошибка или описка, несколько исказившие логическую последовательность ответа</p> <p>Допущены более трех ошибок в логическом рассуждении, последовательности событий и установлении дат. При объяснении исторических событий и явлений указаны не все существенные факты</p>
Неудовлетворительно	Ответы неверные или отсутствуют

* Представлено в таблице 2.1.

СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Ситуационное задание 1 к Разделу 1. Сущность международного туризма и его роль в мировом экономическом развитии

Турагентство «Лагуна» забронировало у туроператора тур в Тунис на 28 мая. (Забронировали в марте) 24 мая туропреатор сообщил им, что для пребывания в Тунисе больше 21 ночи требуется виза её соответственно туристов не было. Аргументирует столь позднее напоминание о визе, Туроператор тем, что заявка забронирована давно и о ней просто забыли. Туристы не хотят ехать на меньшее кол-во дней. И хотя весь возраст, хотя бы они его разумеется от турагентства, как быть, а такой ситуации менеджерам турагентству?

Ситуационное задание 2 к Разделу 2. Рынок международного туризма (International Tourism Market)

Елена приобрела групповую поездку во Владимир на масленичную неделю. С ней в заявке были заявлены дочь и племянница. Но позже семейные обстоятельства изменились, и Елена не может участвовать в поездке. Вместо них троих сейчас готовы ехать племянница с мамой. То есть фактически вместо одного взрослого и двоих детей-один взрослый и один ребёнок. В турфирме возникли проблемы с переоформлением. Переписать одного взрослого на другого сложности нет, но в отказе от поездки одного ребёнка они возникли. Менеджер фирмы заявляет, что невозможно отказаться от брони, хотя до поездки всего два месяца. Елене было сказано, что ничем ей помочь не могут, подтверждение брони уже прошло и единственный вариант, оплатить проживание ребёнка

без оплаты переезда. Правомерны ли действия компании, возможно ли вернуть деньги за путёвку?

Ситуационное задание 3 к Разделу 3. Основные направления и условия деятельности предприятий на рынке международного туризма

Турист заключил договор на организацию тура и полностью оплатил его. Через несколько дней после оплаты Туроператор выпустил специальное предложение на этот тур, понизив цену. Имеет ли турист право требовать изменения цены договора, уравнивая её с ценой спец предложения?

2.4. Рекомендации по оцениванию рефератов.

Критерии оценивания рефератов для обучающихся очной формы представлены в таблице 7.

Таблица 7

Критерии оценивания рефератов

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Раздел 1. Сущность международного туризма и его роль в мировом экономическом развитии

Тема 1.1. Международный туризм как системный объект изучения

1. Эволюция менеджмента туризма.
2. Сущность менеджмента в гостиничном, курортном и туристическом сервисе.
3. Сущность категорий "менеджмент", "управление" и "управленческие отношения" в гостиничном, курортном и туристическом бизнесе.

Тема 1.2. Становление современных форм развития и государственного регулирования туризма в странах мира /

1. Предприятие гостиничного, курортного и туристического сервиса как субъект хозяйственной деятельности.
2. Миссия, цели и задачи менеджмента предприятий гостиничного, курортного и туристического сервиса.
3. Предмет туристического менеджмента как науки, и его составляющие.
4. Принципы, методы, средства и формы управления.

Тема 1.3. Международные туристические организации

1. Особенности классификации гостиниц по уровню комфорта в Индии и США.
2. Пропускная способность рекреационных ресурсов.
3. Основные теории мотивации управления персоналом.
4. Подготовка кадров туристической отрасли в мире и ДНР.
5. Модель мотивации Портера-Лоулера.

Раздел 2. Рынок международного туризма (International Tourism Market)

Тема 2.1. Сущность и классификационные признаки международного туристического рынка (The essence and classification features of the international tourism market)

1. Внутренняя и внешняя среда туристического предприятия.
2. Основные функции и задачи туристического менеджмента.
3. Туризм по характеру организации.
4. Признаки и цели туристического путешествия.
5. Классификация туроператоров.

Тема 2.2. География туристического спроса на рынке международного туризма (Geography of tourist demand in the international tourism market)

1. Дополнительные средства размещения.
2. Классификация заведений.
3. Содержание и назначение туристского деятельности.
4. Деятельность торговых фирм в области туризма.
5. Особенности классификации гостиниц по уровню комфорта в разных странах Европы.

Раздел 3. Основные направления и условия деятельности предприятий на рынке международного туризма

Тема 3.1. Сущность и особенности формирования туристического предложения

1. Территориальное планирование туризма.
2. Территориальные комплексные программы развития туризма.
3. Группы методов прогнозирования туризма.
4. Территориальное планирование туризма.
5. Управленческая деятельность в рамках планирования.

Тема 3.2. Современное состояние и перспективы развития индустрии туризма

1. Методы прогнозирования туризма.
2. Методы планирования туризма.

2.5. Рекомендации по оцениванию результатов кейс-заданий

Критерии оценивания кейс-задания для обучающихся очной формы представлены в таблице 8.

Таблица 8

Критерии оценивания кейс-заданий

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

КЕЙС-ЗАДАНИЕ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Кейс-задание №1

Кейс «Проект кластера «Паратунка»»

Правительство Камчатского края ведет подготовку инвестиционного проекта «Создание туристско-рекреационного кластера “Паратунка”» с целью вхождения в Федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 годы)». Участие в Программе позволит получить финансирование на создание обеспечивающей инфраструктуры для туристских объектов кластера. Об этом сообщили в Министерстве инвестиций и предпринимательства Камчатского края.

Туристско-рекреационный кластер «Паратунка» представляет собой укрупненный инвестиционный проект, включающий ряд взаимосвязанных проектов по отдельным объектам капитального строительства в туристской сфере (коллективные средства размещения, предприятия питания и сопутствующие сервисы), снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой. Территория кластера составляет более 360 га и условно разделена на семь инвестиционных площадок. Основные объекты для размещения - гостиничные комплексы, лечебно-оздоровительные объекты, реабилитационный центр для спортсменов, туристско-познавательная и спортивно-развлекательная зоны, аквапарк, горнолыжный комплекс, кемпинг, кафе.

Ввод в эксплуатацию объектов кластера предполагается к 2018 г. При этом общая стоимость инвестиционного проекта составляет порядка 4,625 млн руб., в том числе инфраструктура - 700 млн руб., коммерческие объекты - 3,925 млн руб.

Задание:

1. Разработайте план организационных мероприятий по привлечению инвесторов для создания объектов кластера на основе принципов государственно-частного партнерства.

2. Разработайте план организационных мероприятий по подготовке инвестиционного проекта кластера к включению в Федеральную программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 годы)».

Кейс-задание №2

Кейс «Маркетинг без бренда»

(Еженедельный дайджест Pro Region, вып. № 1/2020) Страна: Франция

Территория: Департамент Луар и Шер Площадь территории: 6343 км² Население территории: 326 тыс. человек Координатор проекта: Директор Генерального Совета региона Guillaume Neron-Bancel Сроки проведения: 2012 г.

Предпосылки к созданию проекта:

От Замков долины Луары до зоопарка Боваль, с его знаменитыми пандами, простираются значительные территории богатого наследия Французской республики, готовые составить конкуренцию мировым лидерам на международном уровне. Ранее каждый из проектов или достопримечательностей, находящихся в регионе, продвигал и рекламировал себя сам, не обращая внимания на других.

Описание проекта:

Программа была составлена и реализуется с помощью регионального департамента по туризму и направлена на три основные целевые группы: местные, региональные лидеры мнения и жители Большого западного пригорода Парижа. В настоящее время ежегодный поток туристов составляет 2 млн, не считая жителей региона.

Способ исполнения:

Был выпущен короткометражный фильм - трейлер с необычными видами региона с помощью сайта www.loiretcherlemag.fr. Далее трейлер демонстрировался в кинотеатрах региона. Также был выпущен специальный журнал, рассказывающий о регионе и его богатствах глазами очевидцев или местных жителей: вместо банального описания памятников и достопримечательностей - впечатления о регионе и жизни сторожа замка Шамбур, таксиста из Солонь, конюха замка Шаверии и др. Также проект был поддержан четырьмя профессиональными фотографами, которые создали более 150 эксклюзивных фотографий, опубликованных в журнале. Было издано более 180 тыс. экземпляров,

которые распространялись среди туристских агентств, на вокзалах, в деловом районе Парижа La Defense. Была запущена интернет-платформа обмена мнениями и впечатлениями, предлагающая ознакомиться с эксклюзивными репортажами, тематическими докладами, видео- и онлайн-конкурсами, создана страница в Facebook. Для проведения широкомасштабного мероприятия - игровой ярмарки Gamefair в Шамборе послужило поводом запустить сеть из 700 «территориальных послов».

В данном проекте по увеличению привлекательности региона примечателен формат подачи информации - минимизация текстовой составляющей и концентрация внимания на профессиональных визуальных материалах, побуждающих к эмоциональному реагированию, выражению собственного мнения.

Основную ценность данной программы составляет концепт проведения, сосредоточенный на оценках и впечатлениях очевидцев и жителей региона, что позволило создать механизм обмена информацией, диалог.

Будущие планы программы:

Издание следующего номера журнала в октябре, поддержание интернет-платформы.

Затраченные средства:

Общая стоимость осуществления глобальной программы продвижения составила приблизительно 30 тыс. евро, из которых 7 тыс. евро было потрачено на создание короткометражного фильма, который был подготовлен при поддержке режиссера Жака Бедея. 10 тыс. евро было потрачено на создание и поддержание интернет-платформы, 15 тыс. евро составила стоимость издания и распространения специализированного журнала.

Задание:

1. Обоснуйте ценность нестандартного подхода в маркетинге туристских дестинаций.
2. Определите роль вовлечения местного населения в маркетинговую программу.
3. Опишите роль консолидации различных организаций (туроператоров, ДМО, прессы, общественных организаций и др.).

Кейс-задание №3

Кейс «Управление конкурентоспособностью на примере туристской дестинации Лиона»

Территория: Департамент Рона, «Большой Лион»

Страна: Франция Площадь территории: 515,96 км² Население территории:

1 281 971 человек

Координатор проекта: Директор программы ONLYLYON Лионель Фласер (Lionel Flasseur)

Сроки проведения: 2007-2012 гг.

Предпосылки к созданию проекта:

Потребность в разработке и запуске программы повышения привлекательности, а также бренда региона появилась в то время, когда стали публиковаться первые рейтинги привлекательности городов, и администрация территории увидела, что Лион начал терять свои позиции. Особенно относительно быстро развивающихся столиц стран Восточной Европы. Лиону действительно нужна была международная маркетинговая стратегия; рассматривались три возможности позиционирования: в качестве «второго города» по примеру Манчестера и Лондона, специализироваться в определенной отрасли, как Милан, или позиционировать себя как «глобальный город». Был выбран третий вариант. Но найти бренд или идею достаточно легко, намного сложнее управлять ими!

Описание проекта, план, особенности:

Программа OnlyLyon является иллюстрацией коллективного подхода в маркетинге территории. Департаменты, города, муниципальные образования, общины - все

принимают активное участие в реализации принципов территориального маркетинга, продвигая и развивая бренд OnlyLyon.

Бренд OnlyLyon родился в январе 2007 г. Изначально было принято решение позиционировать Лион как буржуазный и загадочный город, что позволило причислить его к категории «высшей лиги» и посоревноваться с такими мэтрами территориального маркетинга, как Амстердам, Берлин, Лондон, Барселона, и их дорогостоящими, но блестящими брендами, как BeBerlin или Iamsterdam.

Для успешного старта необходимы были сильная команда и четкая организация. Бренд OnlyLyon функционирует как предприятие с административным советом, который собирается каждые три месяца и представляет 13 партнеров: агентство по развитию Aderly, аэропорт города Лиона, Торгово- промышленная палата, Всеобщая конфедерация работодателей малого и среднего бизнеса, Совет рабочих, конференц-центр Лиона, департамент региона Рона, выставочный центр Eugexro, городская община Лиона, туристско-информационный центр Лиона, Организация поддержки предприятий Франции, Лионский университет, мэрия города. Ежемесячно проходят встречи дирекции оперативного управления.

В течение пяти лет OnlyLyon активно расширяет свою целевую аудиторию. Так, например, лионский туристско- информационный центр провел этой зимой рекламную кампанию, предлагающую провести выходные в Лионе, ключевым элементом которой были красочные афиши в парижском метро. В свою очередь, агентство экономического развития Aderly запустило программу по привлечению инвестиций InvestinOnlyLyon, одним из достижений которой стало размещение в Лионе логистического центра американского гиганта в сфере биотехнологий - компании Baxter. Эта программа позволила привлечь японцев, американцев, французов, немцев для работы в городе, а также создать новые рабочие места для местных жителей. Таким образом, каждый партнер стремится к продвижению и развитию OnlyLyon.

Будущие планы программы:

Программа повышения привлекательности города и региона стала настолько успешной, что в 2012 г. было принято решение перейти на второй этап - развитие новой глобальной кампании «Вся твоя жизнь в одном городе».

Задания:

1. Выявите конкурентные преимущества туристской дестинации Лиона, заложенные в разрабатываемый бренд. Классифицируйте преимущества по всем известным вам признакам.
2. Постройте управленческую модель взаимодействия экономических субъектов города по формированию конкурентной среды.

Кейс-задание №4

Кейс «CinqueTerra - территория устойчивого туризма»

Территория CinqueTerra, которая находится на побережье северо-восточной Италии, организовала проект по устойчивому туризму с целью защитить культуру, наследие и окружающую среду. CinqueTerra знаменита пятью деревнями, до которых добраться можно только на поезде или пешком: Monterosso, Vernazza, Corniglia, Manarola и Riomaggiore, тем не менее большое количество туристов оказывает существенное воздействие на устойчивость региона. Регион был признан национальным парком в 1999 г. и охраняемой территорией ЮНЕСКО с 1997 г. Во время проведения проекта по устойчивому туризму были введены марка качества окружающей среды для жилищных объектов, CinqueTerra-карта, руководство для туристов и общедоступная информация относительно сохранения окружающей среды. Чтобы контролировать численность туристов, была введена CinqueTerra-карта, которая дает доступ ко всем дорожкам, центрам наблюдений за природой, ботаническим дорожкам, зонам пикников и наблюдательным площадкам за птицами. Туристы, исследующие регион, могут купить 1-

3- или 7-дневную карту, которая также обеспечивает неограниченный проезд на поезде и автобусе между деревнями. Плата идет на обеспечение охраны троп, побережья и национального парка.

Задание:

Разработайте план организационных мероприятий, которые внедрила администрация CinqueTena для реализации проекта.

2.6. Рекомендации по оцениванию результатов контроля знаний по разделам учебной дисциплины.

В завершении изучения каждого раздела учебной дисциплины проводится контроль знаний. Критерии оценивания представлены в таблице 9:

Таблица 9

Критерии оценивания результатов контроля знаний по разделам учебной дисциплины

Баллы	% правильных ответов
10	90-100%
8	75-89%
6	60-74%
4	45-59%
2	31-44%
0*	менее 30

*- оценка 0 в журнал не выставляется

ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО РАЗДЕЛАМ

Раздел 1. Сущность международного туризма и его роль в мировом экономическом развитии

Вопросы для открытого ответа:

1. Место туристических услуг в системе международной торговли услугами.
2. Трансформационные изменения в международном туризме под влиянием высоких технологий. Современные возможности Интернет и его влияние на мировой туристский рынок.
3. Региональные туристские рынки: их основные черты, тенденции развития, прогнозы.
4. Туристские фирмы: туроператоры, турагенты.
5. Стандартная международная классификация средств размещения. Мировые гостиничные цепи.

Практические задания:

1. Государственный контроль в туризме

В 1999 году Приморская краевая дума приняла закон о туристской деятельности на территории Приморского края. Его главная направленность — приоритетное развитие внутреннего и въездного туризма в Приморье. Однако туристские организации края, которым после опубликования закона пришлось работать в соответствии с этим документом, проявили пассивность. Ни одна туристская фирма не представила предложения или замечания по проекту. Чем объясняется такое равнодушие?

2. Организационно-правовые аспекты турбизнеса

Может ли турист просить о внесении изменений в стандартный договор, предлагаемый туристской фирмой?

Раздел 2. Рынок международного туризма (International Tourism Market)

Вопросы для открытого ответа:

1. Ресурсы и инфраструктура туризма.
2. Формы осуществления туристской деятельности. Туристские объекты и комплексы.
3. Туристские организации и учреждения. Пространственная организация туризма.
4. Основные законодательные акты, правовые и нормативные документы, регулирующие сферу туризма.
4. Индустрия туризма, досуга и гостеприимства. Особенности и модели гостиничной индустрии. Классификация гостиниц.
5. Специальные виды туризма (религиозный, деловой, событийный, экстремальный круизный и т.д.).

Практические задания:

1. Визовые и паспортные формальности

Туристка приобретает путевки в Испанию для себя и двенадцатилетнего сына. Для получения шенгенской визы необходимо письменное согласие второго родителя на выезд ребенка в сопровождении матери, однако бывший муж, уклоняясь от уплаты алиментов, периодически меняет места работы и нахождение его в настоящий момент неизвестно. Возможно ли решение этой проблемы?

2. Группа туристов сделала ошибку в продуктовой раскладке и за три дня до окончания маршрута, пролегающего по ненаселенной местности, продуктовые запасы были исчерпаны. Что может помочь туристам в данной ситуации, и как они должны были поступить, когда стало ясно, что продуктов на все дни маршрута не хватит?

Раздел 3. Основные направления и условия деятельности предприятий на рынке международного туризма

Вопросы для открытого ответа:

1. Туристские услуги. Турпродукт как комплекс туристских услуг.
2. Проектирование туристского продукта. Комплекс мероприятий по продвижению туристского продукта.
3. Международный туристский рынок. Состояние и прогнозы развития.
4. Международный туризм как специфическая форма торговли услугами.
5. Хартия туризма и кодекс туриста.

Практические задания:

1. Элементы туристской инфраструктуры

Проанализируйте публикации в периодических туристских изданиях и составьте сезонный рейтинг российских и зарубежных объектов туристской инфраструктуры.

2. Организация авиационных перевозок

Московская туристская фирма «Вектор-М» продает авиабилеты и занимается авиаперевозками. Имеет свой само лет, поэтому туры достаточно дешевы. Но при этом фирма абсолютно безответственно относится ко времени вылета и прилета. Вылет в

Италию задержали на 3,5 часа, а прилет из Италии в Москву на 8 часов. Чартер в Таиланд сначала был отложен на 2 часа, затем на 1 час, потом перенесен на следующий день. В итоге, через сутки после того, как самолет должен был вылететь, официально сообщили об отмене рейса. На какую компенсацию могут рассчитывать туристы в каждом из этих случаев?

**ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ ПО РАЗДЕЛАМ (ТЕМАМ)
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

1. Менеджмент туризма: сущность и основные подходы.
2. Особенности регулирования туристической деятельности.
3. Туризм как объект управления.
4. Процесс и методы менеджмента туристической организации.
5. Управленческие решения в менеджменте туристической организации.
6. Планирование как функция менеджмента для организаций туристической сферы.
7. Организация как объект управления и функция менеджмента туристической организации.
8. Мотивация как функция менеджмента в туризме.
9. Контроль как функция менеджмента предприятий туризма.
10. Управление сбытом туристского продукта.
11. Управление персоналом предприятий туристской индустрии.
12. Управление рисками в туристической деятельности.
13. Управление анимационной деятельностью.
14. Современные подходы в оценке эффективности менеджмента туристической деятельности.
15. Коммуникации в управлении туристическими организациями.
16. Менеджмент и качества туристического продукта.
17. Современные тенденции развития менеджмента туризма.
18. Менеджмент международного туристического бизнеса в условиях интеграции.
19. Сущность менеджмента туристической деятельности.
20. Планирование в управленческой деятельности туристических организаций.
21. Процесс, способы и методы организационного планирования в управлении туристической организацией.
22. Виды управленческих планов туристической организации.
23. Специфика стратегического планирования в менеджменте туризма.
24. Особенности тактического и оперативного планирования в менеджменте туризма.
25. Бизнес-планирование организаций сферы туризма.
26. Субъект и объект управления. Основные научные подходы в менеджменте туристической деятельности.
27. Виды и типы управления в туристическом бизнесе.
28. Принципы менеджмента туристической деятельности.
29. Особенности зарубежного и отечественного менеджмента в сфере туризма.
30. Управления туризмом как специфическая форма менеджмента национального и мирового хозяйства.
31. Специфика международного регулирования туристической деятельности.
32. Регулирования туристической деятельности в ДНР: особенности и основные принципы.
33. Рынок туристских услуг: характеристика и участники.
34. Туристские предприятия: туроператоры и турагенты.
35. Система и структура управления туризмом.
36. Понятие процесса управления туризмом. Элементы управления.
37. Регламентирующие методы управления в сфере туризма.
38. Стимулирующие методы управления в сфере туризма.
39. Суть и виды управленческих решений.
40. Основные подходы к принятию решений в менеджменте туризма.

41. Процесс и методы принятия решений в менеджменте туризма.
42. Организация и контроль выполнения решений в сфере туризма.
43. Типология стилей руководства в индустрии туризма.
44. Сущность организации как объекта управления. Формальные и неформальные организации.
45. Виды и характеристики организаций в менеджменте туристической
46. деятельности.
47. Внутренние составляющие организации и их взаимосвязь в контексте управления туристической деятельностью.
48. Модели организаций как объектов управления в сфере туризма.
49. Понятие и классификация организационных структур управления.
50. Формирование организационных структур управления: этапы и основные требования.
51. Особенности методов построения и совершенствования организационных структур в менеджменте туризма.
52. Организационные структуры управления в индустрии гостеприимства.
53. Типы организационных структур управления в гостиницах.
54. Сущность мотивации в гостинично-ресторанном бизнесе.
55. Теории мотивации персонала в индустрии туризма.
56. Содержательные теории мотивации персонала в контексте менеджмента туризма.
57. Процессные теории мотивации персонала в контексте менеджмента туризма.
58. Особенности менеджмента мотивации персонала предприятий гостинично-ресторанного хозяйства.
59. Методы и инструменты мотивации персонала предприятий гостинично-ресторанного хозяйства.
60. Функция контроля в гостинично-ресторанном бизнесе.
61. Содержание, виды и принципы контроля на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса.
62. Процесс осуществления контроля на предприятиях гостинично-ресторанного бизнеса.
63. Показатели контроля в деятельности организаций сферы туризма.