

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 28.01.2026 09:00:03
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 4
к образовательной программе

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

**для текущего контроля успеваемости и
промежуточной аттестации обучающихся**

ПО ДИСЦИПЛИНЕ **Б1.В.18 ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ** **ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Организационно-правовое регулирование международного бизнеса
(наименование образовательной программы)

Бакалавр
(квалификация)

Заочная форма обучения
(форма обучения)

Год набора - 2022

Донецк

Автор(ы)-составитель(и) ФОС:

Малик М.А., доцент, канд. экон. наук, доцент

Трощина М.В., ст. преподаватель

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине «Организационно-правовое регулирование туристической деятельности»

1.1. Основные сведения об учебной дисциплине

Таблица 1

Характеристика учебной дисциплины (сведения соответствуют разделу РПУД)

Образовательная программа	бакалавриата
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль	«Организационно-правовое регулирование международного бизнеса»
Количество разделов учебной дисциплины	3
Дисциплина базовой части / математического и естественнонаучного цикла	Часть, формируемая участниками образовательных отношений Б1.В.18
Формы текущего контроля	Устный опрос, ситуационные задания, кейс-задания, рефераты, тестовые задания, контроль по разделам
<i>Показатели</i>	Заочная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	4
Семестр	6
Общая трудоемкость (академ. часов)	144
Аудиторная контактная работа:	14
Лекционные занятия	6
Семинарские занятия	4
Консультации	4
Самостоятельная работа	126
Контроль	4
<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 компетенции	Формулировка компетенции	Идентификатор	Элементы компетенции	Индекс элемента
ПК-6	Способен участвовать в осуществлении экономической деятельности субъектов отечественного и международного бизнеса	ПК-6.1.: Анализирует среду, конкурентоспособность и правовые основы ведения международного бизнеса, выбирает модели и формы организации предпринимательской деятельности в российском и международном бизнесе	Знать:	
			1. Правовые основы ведения международного бизнеса	ПК-6.1 3-1
			2. Модели и формы организации предпринимательской деятельности	ПК-6.1 3-2
			3. Основы конкурентоспособности в международном бизнесе	ПК-6.1 3-3
			Уметь:	
			1. Анализировать правовые основы ведения международного бизнеса	ПК-6.1 У-1
			2. Применять модели и формы организации предпринимательской деятельности	ПК-6.1 У-2
			3. Использовать основы конкурентоспособности в международном бизнесе	ПК-6.1 У-3
			Владеть:	
			1. Правовыми основами ведения международного бизнеса	ПК-6.1 В-1
			2. Умением применять модели и формы организации предпринимательской деятельности	ПК-6.1 В-2
			3. Основами конкурентоспособности в международном бизнесе	ПК-6.1 В-3
		ПК-6.2: Обладает представлениями о международных бизнес-операциях с учетом особенностей международных инвестиционных отношений, финансирования и налогообложения в международном бизнесе	Знать:	
			1. О международных бизнес-операциях	ПК-6.3 3-1
			2. Основные особенности международных инвестиционных отношений	ПК-6.3 3-2
			3. Основы финансирования и налогообложения в международном бизнесе	ПК-6.3 3-3
			Уметь:	
			1. Применять знания о международных бизнес-операциях	ПК-6.3 У-1

Код компетенции	Формулировка компетенции	Идентификатор	Элементы компетенции	Индекс элемента
			2. Использовать особенности международных инвестиционных отношений	ПК-6.3 У-2
			3. Использовать особенности финансирования и налогообложения в международном бизнесе	ПК-6.3 У-3
			Владеть:	
			1. Представлениями о международных бизнес-операциях	ПК-6.3 В-1
			2. Особенности международных инвестиционных отношений	ПК-6.3 В-2
			3. Знаниями об основах финансирования и налогообложения в международном бизнесе	ПК-6.3 В-3
		ПК-6.3: Использует основные принципы менеджмента и маркетинга в российском и международном бизнесе и анализирует риски в системе бизнес-отношений	Знать:	
			1. Основные принципы менеджмента и маркетинга	ПК-6.3 З-1
			2. Риски в системе бизнес-отношений	ПК-6.3 З-2
			3. Основы российского и международного бизнеса	ПК-6.3 З-3
			Уметь:	
			1. Использовать основные принципы менеджмента и маркетинга	ПК-6.3 У-1
			2. Анализировать риски в системе бизнес-отношений	ПК-6.3 У-2
			3. Применять основы российского и международного бизнеса	ПК-6.3 У-3
			Владеть:	
			1. Основными принципами менеджмента и маркетинга	ПК-6.3 В-1
			2. Рисками в системе бизнес-отношений	ПК-6.3 В-2
			3. Знаниями об основах российского и международного бизнеса	ПК-6.3 В-3
ПК-8	Способен анализировать поведение хозяйствующих субъектов на	ПК-8.1.: Осуществляет сбор, анализ, интерпретацию информации о требованиях к	Знать:	
			1. Пути сбора и анализа информации о продукции организации на внешних и внутренних рынках	ПК-8.1 З-1

Код компетенции	Формулировка компетенции	Идентификатор	Элементы компетенции	Индекс элемента
	внешних рынках сбыта продукции	продукции организации на внутренних и внешних рынках на основе источников внешнеэкономической и иной информации	2. Способы интерпритации информации о требованиях к продукции организации	ПК-8.1 3-2
			3. Основные источники внешнеэкономической и иной информации	ПК-8.1 3-3
			Уметь:	
			1. Собирать и анализировать информации о продукции организации на внешних и внутренних рынках	ПК-8.1 У-1
			2. Интерпретировать информацию о требованиях к продукции организации	ПК-8.1 У-2
			3. Использовать источники внешнеэкономической и иной информации	ПК-8.1 У-3
			Владеть:	
			1. Пути сбора и анализа информации о продукции организации на внешних и внутренних рынках	ПК-8.1 В-1
			2. Способами интерпритации информации о требованиях к продукции организации	ПК-8.1 В-2
			3. Источниками внешнеэкономической и иной информации	ПК-8.1 В-3
		ПК-8.2: Интерпретирует данные международной торговли и определяет конкурентные преимущества продукции на внешних рынках	Знать:	
			1. Об основах международной торговли	ПК-8.2 3-1
			2. Конкурентные преимущества продукции	ПК-8.2 3-2
			3. Специфику работы на внешних рынках	ПК-8.2 3-3
			Уметь:	
			1. Применять знания об основах международной торговли	ПК-8.2 У-1
			2. Выделять конкурентные преимущества продукции	ПК-8.2 У-2
			3. Вести работу на внешних рынках	ПК-8.2 У-3
			Владеть:	
			1. Основами международной торговли	ПК-8.2 В-1
			2. Знаниями о конкурентных преимуществах продукции	ПК-8.2 В-2

Код компетенции	Формулировка компетенции	Идентификатор	Элементы компетенции	Индекс элемента
			3. Способами работы на внешних рынках	ПК-8.2 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 современных межгосударственных отношениях				
1.	Тема 1.1. Международный туризм как системный объект изучения	6	ПК-6.1 3-1 ПК-6.3 3-2 ПК-8.1 У-1 ПК-8.2 У-2 ПК-8.2 В-1	Вопросы для устного опроса, тесты
2.	Тема 1.2. Становление современных форм развития и правового регулирования туризма в странах мира	6	ПК-6.1 3-2 ПК-6.3 3-3 ПК-8.1 У-2 ПК-8.2 У-3 ПК-8.2 В-2	Вопросы для устного опроса, тесты, ситуационное задание
3	Тема 1.3. Международные туристические организации и их правовые нормы	6	ПК-6.1 3-2 ПК-6.3 3-3 ПК-8.1 У-2 ПК-8.1 У-3 ПК-8.2 В-2	Вопросы для устного опроса, тесты
Раздел 2. Структура механизма международно- правового регулирования многосторонних связей и сотрудничества государств в области туризма				
4.	Тема 2.1. Специфика и основные принципы правового регулирования международных туристских связей	6	ПК-6.3 3-1 ПК-6.3 3-2 ПК-6.3 У-1 ПК-8.1 У-2 ПК-6.1 В-1	Вопросы для устного опроса, тесты
5.	Тема 2.2. Основы правовой координации международного туризма	6	ПК-6.1 3-1 ПК-6.3 3-3 ПК-6.3 У-2 ПК-8.1 У-3 ПК-8.2 В-2 ПК-8.2 В-3	Вопросы для устного опроса, тесты, реферат, кейс-задание
Раздел 3. Основные направления и правовые условия деятельности предприятий на рынке международного туризма				
6.	Тема 3.1. Сущность и правовые особенности формирования туристического предложения	6	ПК-8.2 3-1 ПК-8.2 3-2 ПК-6.1 У-1 ПК-8.1 У-2 ПК-8.2 В-1	Вопросы для устного опроса, тесты, ситуационное задание
7.	Тема 3.2. Правовые основы развития важнейших	6	ПК-6.1 3-2	Вопросы для устного

	секторов международной индустрии туризма		ПК-6.1 З-3 ПК-8.1 У-1 ПК-8.2 У-2 ПК-6.1 В-1 ПК-8.1 В-3	опроса, тесты, реферат, кейс-задание
--	---	--	--	---

1.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах формирования, описание шкалы оценивания.

Таблица 4

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости и
шкалы ECTS

Дескриптор компетенции	Показатель оценки	Шкалы оценивания			Критерии оценивания
		Государств енная	Баллы	ECTS	
1	2	3	5		6
Знать	Основы функционирования туристических рынков на мега, макро- и мезоуровнях, факторы и тенденции их развития, организационные основы специфики международного туристического менеджмента; теоретические основы психологии делового общения, коммуникативные техники и технологии делового общения в международном туризме	Отлично	90-100	A	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному
Уметь	Синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности; обобщать и				

Дескриптор компетенции	Показатель оценки	Шкалы оценивания			Критерии оценивания
		Государственная	Баллы	ECTS	
1	2	3	5		6
	критически оценивать результаты, полученные отечественными и зарубежными исследователями по вопросам менеджмента международного туризма; использовать социальные и межкультурные различия для решения проблем в профессиональной и социальной деятельности				
Владеть	Методами анализа причинно-следственных связей социально-политических процессов и явлений; методами и инструментами государственного регулирования в международном туристическом менеджменте; процессами разработки и реализации управленческих решений с учетом специфики осуществления международной туристической деятельности;				

Дескриптор компетенции	Показатель оценки	Шкалы оценивания			Критерии оценивания
		Государственная	Баллы	ECTS	
1	2	3	5		6
	практическими навыками подготовки и принятия эффективных решений в деятельности организации в индустрии международного туризма, функционирующей на международном рынке				
Знает	Основы функционирования туристических рынков на мега, макро- и мезоуровнях, факторы и тенденции их развития; основные коммуникативные методы и приемы делового общения в профессиональной сфере	Хорошо	75-89	В/С	теоретическое содержание дисциплины освоено полностью, без пробелов; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками
Умеет	Решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом				

Дескриптор компетенции	Показатель оценки	Шкалы оценивания			Критерии оценивания
		Государственная	Баллы	ECTS	
1	2	3	5		6
	основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации; выявлять и формулировать актуальные научные проблемы в области менеджмента международного туризма				
Владеет	Методами и инструментами государственного регулирования в международном туристическом менеджменте; основными коммуникативными техниками общения с потребителем и в коллективе				
Знает	Основные коммуникативные методы и приемы делового общения в профессиональной сфере	Удовлетворительно	60-74	D/E	теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных рабочей программой дисциплины учебных задания выполнено, некоторые из выполненных заданий
Умеет	Оценивать состояние, тенденции и перспективы развития международного туризма				
Владеет	Основными коммуникативными				

Дескриптор компетенции	Показатель оценки	Шкалы оценивания			Критерии оценивания
		Государственная	Баллы	ECTS	
1	2	3	5		6
	ыми техниками общения с потребителем и в коллективе				содержат ошибки
Знает	Не знает факторы и условия эффективности международного туризма менеджмента.	Неудовлетворительно	0*-59	F/Fx	теоретическое содержание дисциплины не освоено полностью; необходимые практические навыки работы не сформированы, все предусмотренные рабочей программой дисциплины задания выполнены с грубыми ошибками либо совсем не выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному
Умеет	Не способен уметь оценивать влияние внешней среды на функционирование предприятий, организаций				
Владеет	Не способен владеть степенью влияния внутренней среды на функционирование предприятий, организаций				

*Балл «0» в журнал академической группы не выставляется.

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.

Темы	Т.1.1	Т.1.2	Т.1.3	Т.2.1	Т.2.2	Т.3.1	Т.3.2	Научная составляющая -20	Сумма баллов за дисциплину 100
Виды работ: Лекции									
Семинарские занятия:									
<i>устный опрос</i>		2				2			
<i>тестовые задания</i>		4				4			
<i>ситуационные задания</i>		5				5			
Индивидуальные задания (кейс-задание)						28**			
Самостоятельная работа (реферат)						30**			
Сумма баллов	11			-		58			

* 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 «Организационно-правовое регулирование туристической деятельности»

2.1. Описание оценочных средств по видам заданий текущего контроля

2.1.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы вначале каждой практического занятия 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).

Согласно РПУД максимальное количество баллов за устный ответ 2 балла.

Балл «2» (отлично) ставится, если обучающийся:

1) полно и аргументировано отвечает по содержанию задания;

2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;

3) излагает материал последовательно и правильно.

Балл «1» (хорошо) 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 СОВРЕМЕННЫХ МЕЖГОСУДАРСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЯХ

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 правового 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 и их правовые нормы

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.

5. 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. СТРУКТУРА МЕХАНИЗМА МЕЖДУНАРОДНО- ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МНОГОСТОРОННИХ СВЯЗЕЙ И СОТРУДНИЧЕСТВА ГОСУДАРСТВ В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА

Тема 2.1. Специфика и основные принципы правового регулирования международных туристских связей

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. Основы правовой многосторонней координации международного туризма

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 ПРАВОВЫЕ УСЛОВИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Тема 3.1. Сущность и правовые 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. Правовые основы развития важнейших секторов международной 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?

2.1.2. 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 заочной 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. Самодеятельный 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 правового 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. Международные туристические организации и их правовые нормы

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. Специфика и основные принципы правового регулирования международных туристских связей

Задание 1. В каком каталоге средств размещения внимания 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. Основы правовой многосторонней координации международного туризма

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 правовые 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. Правовые основы развития важнейших секторов международной 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 ассигнованиях 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.

2.1.3. Рекомендации по оцениванию результатов решения ситуационных заданий

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

Таблица 6

Критерии оценивания решения ситуационных заданий

Максимальное количество баллов (государственная оценка)	Критерии
5 (отлично)	Управленческая ситуация решена правильно, дано развернутое пояснение и обоснование сделанного заключения. Обучающийся демонстрирует методологические и теоретические знания, свободно владеет научной терминологией. При разборе предложенной ситуации проявляет творческие способности, знание дополнительной литературы. Демонстрирует хорошие аналитические способности, способен при обосновании своего мнения свободно проводить аналогии между темами изучаемой дисциплины и смежных дисциплин.
2 (хорошо)	Управленческая ситуация решена правильно, пояснение и обоснование сделанного заключения было дано при активной помощи преподавателя. Имеет ограниченные теоретические знания, допускает существенные ошибки при установлении логических взаимосвязей, допускает ошибки при использовании научной терминологии.
0*	Управленческая ситуация решена неправильно, обсуждение и помощь преподавателя не привели к правильному заключению. Обнаруживает неспособность к построению самостоятельных заключений. Имеет слабые теоретические знания, не использует научную терминологию.

*- оценка 0 в журнал не выставляется

СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Ситуационное задание 1 к Разделу 1. Сущность международного туризма и его роль в современных межгосударственных отношениях

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 хотят весь возраст, хотят они его разумеется от турагентства, как быть, а такой ситуации менеджерам турагентству?

Ситуационное задание 2 к Разделу 2. Структура механизма международно-правового регулирования многосторонних связей и сотрудничества государств в области туризма

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 правовые 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?

2.1.3. Рекомендации по оцениванию рефератов.

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

Таблица 7

Критерии оценивания рефератов

Максимальное количество баллов	Критерии
30 (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
20 (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
10 (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

1 (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 современных межгосударственных отношениях

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 правового 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 и их правовые нормы

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. Структура механизма международно- правового регулирования многосторонних связей и сотрудничества государств в области туризма

Тема 2.1. Специфика и основные принципы правового регулирования международных туристских связей

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. Основы правовой многосторонней координации международного туризма

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 правовые условия деятельности предприятий на рынке международного туризма

Тема 3.1. Сущность и правовые 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. Правовые основы развития важнейших секторов международной индустрии туризма

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

2.1.5. Рекомендации по оцениванию результатов кейс-заданий

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

Таблица 8

Критерии оценивания кейс-заданий

Максимальное количество баллов	Критерии
28 (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
18 (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
8 (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

1 (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. Л. проведение 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, DMO, 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 Eurexpo, 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 CinqueTerra для реализации проекта.

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТКОВОЙ
АТТЕСТАЦИИ (ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ)**

№ п/п	Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции или ее элементов
Раздел 1. Сущность международного туризма и его роль в современных межгосударственных отношениях Тема 1.1. Международный туризм как системный объект изучения		
1.	Менеджмент туризма: сущность и основные подходы.	ПК-6.1 3-1 ПК-6.3 3-2 ПК-8.1 У-1 ПК-8.2 У-2 ПК-8.2 В-1
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.	
Раздел 1. Сущность международного туризма и его роль в современных межгосударственных отношениях Тема 1.2. Становление современных форм развития и правового регулирования туризма в странах мира		
8.	Мотивация как функция менеджмента в туризме.	ПК-6.1 3-2 ПК -3.3 3-3 ПК- 4.1 У-2 ПК-8.2 У-3 ПК-8.2 В-2
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.	
Раздел 1. Сущность международного туризма и его роль в современных межгосударственных отношениях Тема 1.3. Международные туристические организации и их правовые нормы		
20.	Планирование в управленческой деятельности туристических организаций.	ПК-6.1 3-2 ПК-6.3 3-3 ПК-8.1 У-2 ПК-8.1 У-3 ПК-8.2 В-2
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.	
Раздел 2. Структура механизма международно- правового регулирования многосторонних связей и сотрудничества государств в области туризма Тема 2.1. Специфика и основные принципы правового регулирования международных туристских связей		
26.	Субъект и объект управления. Основные научные подходы в менеджменте туристической деятельности.	ПК-6.3 З-1 ПК-6.3 З-2 ПК-6.3 У-1 ПК-8.1 У-2 ПК-6.1 В-1
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.	
Раздел 2. Структура механизма международно- правового регулирования многосторонних связей и сотрудничества государств в области туризма Тема 2.2. Основы правовой многосторонней координации международного туризма		
33.	Рынок туристских услуг: характеристика и участники.	ПК-6.1 З-1 ПК-6.3 З-3 ПК-6.3 У-2 ПК-8.1 У-3 ПК-8.2 В-2 ПК-8.2 В-3
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.	
Раздел 3. Основные направления и правовые условия деятельности предприятий на рынке международного туризма Тема 3.1. Сущность и правовые особенности формирования туристического предложения		
44.	Сущность организации как объекта управления. Формальные и неформальные организации.	ПК-8.2 З-1 ПК-8.2 З-2
45.	Виды и характеристики организаций в менеджменте туристической	ПК-6.1 У-1 ПК-8.1 У-2

46.	деятельности.	ПК-8.2 В-1
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.	
Раздел 3. Основные направления и правовые условия деятельности предприятий на рынке международного туризма Тема 3.2. Правовые основы развития важнейших секторов международной индустрии туризма		
54.	Сущность мотивации в гостинично-ресторанном бизнесе.	ПК-6.1 3-2 ПК-6.1 3-3 ПК-8.1 У-1 ПК-8.2 У-2 ПК-6.1 В-1 ПК-8.1 В-3
55.	Теории мотивации персонала в индустрии туризма.	
56.	Содержательные теории мотивации персонала в контексте менеджмента туризма.	
57.	Процессы 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.	