



Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ
Т.0.30.08.2016

Лист 1 из 14

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины **ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ**
специальность 43.02.11 Гостиничный сервис
факультет туристского сервиса
форма обучения очная цикл дисциплин ОП.10

Всего учебных занятий (в часах)	81
в том числе	
<i>Аудиторных</i>	54
лекций	22
практических занятий	32
	-
<i>Самостоятельная работа</i>	27
Форма промежуточной аттестации	
Зачет	5 семестр

Москва 2016



Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ
Т.0.30.08.2016

Лист 2 из 14

Рабочая программа составлена на основании ФГОС СПО и рабочего учебного плана
ГАОУ ВО МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича

на кафедре туризма
факультета туризма и гостеприимства

Составитель рабочей учебной программы:

доцент кафедры туризма Е.И. Цветков

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры туризма

Протокол заседания от «30» августа 2016 г. № 1

Заведующий кафедрой Г.Н. Кутепова

СОГЛАСОВАНО:

Декан факультета туристского сервиса Т.Г. Пахомова

Руководитель Центра менеджмента качества Е.А. Шкабура

Начальник методического отдела Е.В. Яковлева



1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная цель дисциплины – ознакомление с основами профессиональной туристской деятельности и подготовка студентов к практической деятельности по формированию, продвижению и реализации туристских услуг.

Задачи дисциплины:

- приобретение студентами знаний в области организации туристской деятельности в различных учреждениях туристской индустрии;
- в овладении студентами технологий оказания туристских услуг в учреждениях туристской индустрии;
- ознакомление с тенденциями и перспективами развития международного туризма;
- изучение работы туроператоров и турагентов;
- формирование навыков обеспечения безопасности туристов в различных видах туризма.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ППССЗ

Дисциплина «Организация туристской индустрии» является общепрофессиональной обязательной дисциплиной ОП.10 учебного плана по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис.

Успешное изучение данного курса обеспечивается освоением студентами предшествующих дисциплин: «Туристское страноведение», «Психология общения» и «Экономика».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Организация туристской индустрии» в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.11 Гостиничный сервис реализуется путем формирования у студента навыков владения следующими общекультурными компетенциями:

ОК-1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК-2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК-6. . Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК-7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.

ОК-8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК-9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины «Организация туристской индустрии» студент должен:

знать:



- основные виды туризма;
- основных потребителей услуг различных видов туризма;
- рекреационные ресурсы, используемые в различных видах туристической индустрии;
- современное состояние и тенденции развития различных видов туризма;
- главные принципы развития туристической индустрии;
- необходимую материальную базу и кадровое обеспечение учреждений туристической индустрии.

уметь:

- выбирать территории и перспективные участки под освоение конкретными видами туризма;
- анализировать достоинства и недостатки технологий, применяемых в учреждениях туристической индустрии в настоящее время;
- применять нормативно-правовые акты при организации учреждений туристической индустрии;
- рассчитывать ориентировочную стоимость как отдельных тур услуг, так и всего комплекса туристского обслуживания в учреждениях туристической индустрии;
- выбирать технологии, обеспечивающие безопасность туристов в каждом конкретном виде туризма.

владеть:

- навыками получения, анализа и использования информации, необходимой для выбора оптимальной технологии конкретного вида туризма;
- навыками самостоятельной разработки и совершенствования технологии данного вида туризма;
- навыками использования нормативно-правовых документов при разработке технологий конкретных видов туризма;
- специальной терминологией технологий видов туризма, в том числе на английском языке.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	81
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	54
в том числе:	
теоретическое обучение (лекции)	22
лабораторные занятия	
практические занятия	32
в том числе выездные занятия	
контрольные работы	
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	27
в том числе:	
Промежуточная аттестация в форме:	зачет (5 семестр)



5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание разделов дисциплины

№ п/п	Наименование	Содержание
Раздел 1. «Основы туристской деятельности»		
1.1	Организационные основы туризма	Определение туризма. Туризм как объект изучения. Индустрия туризма. Роль и место турфирм в туристской индустрии.
1.2	История развития туризма	Предыстория развития мирового туризма (до XIX в.). Начало туристской деятельности. Этапы развития международного туризма. Туризм в России в XIX-нач. XX вв. Туристская деятельность в советский период. Особенности развития туризма в Российской Федерации в переходный период.
1.3	Современное состояние туристской деятельности	Современное состояние и перспективы развития туризма в России и в мире. Нормативно-правовая база туризма. Виды туристских организаций. Роль органов государственной власти в организации туристской деятельности.
Раздел 2. «Введение в профессиональную туристскую деятельность»		
2.1	Основные понятия и принципы, применяемые в туристской деятельности	Основные понятия, используемые в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Терминология, применяемая в профессиональной туристской деятельности. Принципы, применяемые в профессиональной туристской деятельности. Виды туристской деятельности. Необходимые условия осуществления туристской деятельности в РФ.
2.2	Классификация видов туризма	Цели, типы, виды, категории туризма. Критерии классификации. Характеристики видов туризма.
2.3	Основные цели и задачи профессиональной туристской деятельности	Услуги туристской индустрии, их значение в формировании туристского продукта. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства. Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта. Особенности предоставления туристских услуг. Туристские услуги: основные, дополнительные, сопутствующие. Пакет услуг. Заказные туры. Инклюзив-туры. Индивидуальные и групповые туры. Туристский рынок: участники, понятия и особенности, обуславливающие необходимость деятельности профессиональных организаторов туризма. Государственное регулирование туристской деятельности.
2.4	Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма	Туроператорские и турагентские предприятия, как субъекты туристского рынка – их роль в создании и продвижении турпродукта. Инициативный и рецептивный туроператор. Схема продвижения турпродукта. Турист, как потребитель турпродукта. Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг. Услуги, оказываемые meet-компаниями. Должностные обязанности и мотивация сотрудников туркомпаний. Особенности работы с клиентом. Контроль качества обслуживания и способы его регулирования. Конфликты в туристской



		деятельности. Права и обязанности сторон. Информационное обеспечение туристской деятельности. Горизонтальная и вертикальная интеграция в туристской деятельности.
Раздел 3. «Туристский рынок – сфера туристской деятельности»		
3.1	Характеристика международного туристского рынка	Туристские организации. Значение международного туризма во внешнеэкономических отношениях между странами. Туризм как социально-экономическая система. Структура и современное состояние международного туристского рынка. Тенденции и пути развития международного туризма. Факторы, определяющие развитие международного туризма. Факторы внешней среды – их черты и особенности. Оценка влияния внешних и внутренних факторов.
3.2	Туристский рынок как сфера экономических отношений	Главная функция туристского рынка. Классификация туристского рынка по степени зрелости, конкуренции, насыщенности, характеру продаж. Механизм функционирования туристского рынка. Параметры ожидаемого рыночного спроса. Емкость туристского рынка. Туристский кругооборот. Субъекты туристского рынка. Критерии выбора потенциальных партнеров. Взаимодействие с партнерами в процессе разработки и реализации тура. Ответственность партнеров. Экономические закономерности туристского рынка.
3.3	Характеристика туристского рынка Российской Федерации	Современное состояние туризма в России: тенденции и перспективы развития внутреннего, выездного и въездного туризма. Обзор рынка туристских ресурсов РФ. Обзор рынка услуг туристской индустрии РФ. Основные направления развития российского рынка туризма.

5.2. Распределение часов по темам и видам занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Всего часов	Аудиторные занятия			СРС
			Всего	Л	ПЗ	
Раздел 1 Основы туристской индустрии		14	10	6	4	4
1.1.	Организационные основы туризма	4	4	2	2	
1.2.	История развития туризма	6	4	2	2	2
1.3.	Классификация видов туризма	4	2	2		2
Раздел 2. Введение в профессиональную туристскую индустрию		24	18	12	6	6
2.1.	Основные цели и задачи профессиональной туристской индустрии	8	6	4	2	2
2.2.	Виды туристской деятельности. Необходимые условия осуществления туристской деятельности в РФ	8	6	4	2	2
2.3.	Агентско-операторская деятельность на международном	8	6	4	2	2



	рынке туризма					
Раздел 3.		34	26	18	8	8
3.1.	Характеристика международного туристского рынка	8	6	4	2	2
3.2.	Взаимодействие с партнерами в процессе разработки и реализации тура	8	6	4	2	2
3.3.	Современное состояние туризма в России: тенденции и перспективы развития	8	6	4	2	2
3.4.	Механизм функционирования туристского рынка	10	8	6	2	2
	ВСЕГО часов	72	54	36	18	18

6. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Интерактивные занятия не предусмотрены рабочим учебным планом.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ И ЗАДАНИЙ ДЛЯ САМОСТЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1 КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ

№ п/п	№№ тем дисциплины, подлежащих контролю	Наименование работы	Трудоемкость (часы)
1.	Темы 1.1-2.1	Контрольная работа №1	2
2.	Темы 2.2-3.4	Контрольная работа №2	2

7.2. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовая работа (проект) не предусмотрена образовательной программой.

7.3. Темы рефератов

1. Оценка качества территорий для развития туризма и отдыха.
2. Основные понятия о туристских ресурсах.
3. Инфраструктура туризма как основа социально-экономических ресурсов.
4. Инфраструктура транспорта в туризме.
5. Инфраструктура размещения и питания туристов.
6. Туристские объекты, комплексы и учреждения.
7. Особенности развития туризма в РФ.
8. Основные туристские регионы и районы России, их особенности.
9. Причины возникновения конфликтов в туристическом бизнесе и пути их решения.
10. Анализ эффективности использования рекламы и PR-компаний в туристическом бизнесе.
11. Повышение системы качества предоставляемых услуг в индустрии туризма.



12. Особенности организации и проведения выставки как элемента рекламной кампании.
13. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
14. Особенности условия и правила страхования гражданской ответственности туроператора в России.
15. Туристские формальности: сущность и основные их виды.
16. Технологии реализации туристских формальностей. Паспортные формальности
17. Особенности организации туристского обслуживания.
18. Туристская инфраструктура: услуги размещения и питания, услуги перевозки, экскурсионное обслуживание.
19. Туристские маршруты и их виды.
20. Международные туристские организации.
21. Основные факторы, влияющие на туристский спрос. Особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов.
22. Виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий.
23. Информационные технологии и их роль в туристской отрасли.
24. Профессионально-квалификационная характеристика работников туристского бизнеса.
25. Качество обслуживания в туризме.
26. Система стимулирования сбыта в туристских организациях.

7.4. Подготовка к семинарским занятиям

Семинарское занятие 1

Тема: Организационные основы туризма

Форма проведения: занятие проходит в форме дискуссии. Обсуждение сообщений студентов по поставленным заранее проблемам:

Краткое содержание (цель) занятия: коллоквиум должен предоставить каждому студенту возможность высказать свое мнение, поделиться информацией на определенную тему, вступить в дискуссию.

Предварительная подготовка студентов: изучение конспектов лекций, рекомендуемой литературы и источников.

Основные вопросы для обсуждения:

- основные подходы к определению туризма;
- туризм как предмет изучения;
- туризм как вид отдыха;
- туризм как вид профессиональной деятельности;
- субъекты и объекты системы туризма;
- роль и место турфирм в туристской индустрии;
- современное состояние и перспективы развития туризма в России и в мире;
- особенности развития туризма в Российской Федерации.

Рекомендуемая литература и источники: [1], [4], [5].

Предварительная подготовка студентов:



Перед занятием студенты должны самостоятельно изучить по учебникам и учебным пособиям, а также по другим, доступным им источникам (включая ИНТЕРНЕТ) вопросы, выносимые на занятие и быть готовыми к их обсуждению в режиме свободной дискуссии

Семинарское занятие 2

Тема: Основные цели и задачи профессиональной туристской деятельности

Форма проведения: занятие проходит в форме дискуссии. Обсуждение сообщений студентов по поставленным заранее проблемам:

Краткое содержание (цель) занятия: коллоквиум должен предоставить каждому студенту возможность высказать свое мнение, поделиться информацией на определенную тему, вступить в дискуссию.

Вопросы для обсуждения:

- услуги туристской индустрии: свойства и значение в формировании туристского продукта;
- туристский продукт – разработка и потребительские свойства;
- туристская услуга – составляющая часть туристского продукта;
- особенности предоставления туристских услуг;
- туристские услуги: основные, дополнительные, сопутствующие;
- пакет услуг: заказные туры, инклюзив-туры, индивидуальные и групповые туры;
- туристский рынок: участники, понятия и особенности, обуславливающие необходимость деятельности профессиональных организаторов туризма;
- государственное регулирование туристской деятельности.

Предварительная подготовка студентов:

Перед занятием студенты должны самостоятельно изучить по учебникам и учебным пособиям, а также по другим, доступным им источникам (включая ИНТЕРНЕТ) вопросы, выносимые на занятие и быть готовыми к их обсуждению в режиме свободной дискуссии.

Рекомендуемая литература и источники: [1], [2], [3], [4].

Семинарское занятие 3

Тема: Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма

Форма проведения: занятие проводится в форме обсуждения предлагаемых заранее вопросов:

Краткое содержание (цель) занятия: проверка освоения студентами. Во время обсуждения студенты оценивают и анализируют материал курса, новую информацию, дискутируют, делают выводы.

Вопросы для обсуждения:

- туроператорские и турагентские предприятия, как субъекты туристского рынка – их роль в создании и продвижении турпродукта;
- инициативный и рецептивный туроператор;
- схема продвижения турпродукта;
- турист, как потребитель турпродукта;
- сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг;
- услуги, оказываемые meet-компаниями;
- должностные обязанности и мотивация сотрудников туркомпаний;



- особенности работы с клиентом;
- контроль качества обслуживания и способы его регулирования;
- конфликты в туристской деятельности, права и обязанности сторон;
- информационное обеспечение туристской деятельности;
- горизонтальная и вертикальная интеграция в туристской деятельности.

Предварительная подготовка студентов:

Перед занятием студенты должны самостоятельно изучить по учебникам и учебным пособиям, а также по другим, доступным им источникам (включая ИНТЕРНЕТ) вопросы, выносимые на занятие и быть готовыми к их обсуждению в режиме свободной дискуссии.

Рекомендуемая литература и источники: [1], [2], [4], [5], [6].

Практическое занятие

Тема: *Взаимодействие с партнерами в процессе разработки и реализации тура*

Используя дополнительную литературу, определить особенности взаимодействия туроператоров и посредников, заполнить таблицу.

Краткое содержание (цель) занятия: проверка освоения студентами материала. Во время выполнения задания студенты оценивают и анализируют материал курса, новую информацию, дискутируют, делают выводы и заполняют таблицу.

Виды каналов сбыта	Особенности взаимодействия	Плюсы (для туроператора)	Минусы (для туроператора)
Собственный отдел сбыта			
Собственная сбытовая сеть			
Независимые агентства			
Франчайзинговая сеть			
Ритейловые агентства			
Эксклюзивные агентства			
Электронная коммерция			

Предварительная подготовка студентов:

Перед практическим занятием студенты должны самостоятельно изучить по учебникам и учебным пособиям, а также по другим, доступным им источникам (включая ИНТЕРНЕТ) вопросы, выносимые на занятие и быть готовыми к их обсуждению в режиме свободной дискуссии.

Рекомендуемая литература и источники: [1], [2], [3], [4], [5], [6].

Семинарское занятие 4

Тема: *Туристский рынок как сфера экономических отношений*

Форма проведения семинара: семинар проходит в форме групповой дискуссии. Обсуждение сообщений студентов по поставленным заранее проблемам:



Краткое содержание (цель) занятия: коллоквиум должен предоставить каждому студенту возможность высказать свое мнение, поделиться информацией на определенную тему, вступить в дискуссию.

Вопросы для обсуждения:

- главная функция туристского рынка;
- механизм функционирования туристского рынка;
- субъекты туристского рынка;
- критерии выбора потенциальных партнеров, взаимодействие с партнерами в процессе разработки и реализации тура, ответственность партнеров;
- факторы, влияющие на туристский спрос и туристское предложение;
- экономические закономерности туристского рынка.

Предварительная подготовка студентов:

Перед занятием студенты должны самостоятельно изучить по учебникам и учебным пособиям, а также по другим, доступным им источникам (включая ИНТЕРНЕТ) вопросы, выносимые на занятие и быть готовыми к их обсуждению в режиме свободной дискуссии.

Рекомендуемая литература и источники: [1], [2], [3], [4], [5].

8. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКИ

а) нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон от N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" 24 ноября 1996 г.

б) основная литература:

1. Организация туристской индустрии и география: учебник / Н.Г. Можяева. – М.: нфра-М, 2014. – 336 с.

в) дополнительная литература:

1. Введение в специальность (Туризм): Учебное пособие / Н. А. Гулиев, Е. В. Кулагина – Омский государственный институт сервиса, 2012. – 188 с.
2. Сенин В. С. Организация международного туризма: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 400 с.
3. Сенин В. С. Введение в туризм: Учебное пособие. – М., 2009. – 160 с.

г) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

4. <http://www.tourbus.ru/archive/>
5. <http://ratanews.ru/>
6. <http://unwto.org/>
7. <http://tourinfo.ru/>
8. <http://ru.wikipedia.org/>
9. <http://www.rostourunion.ru/>
10. <http://www.russiatourism.ru/>
11. <http://tourlib.net/>



9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническая база осуществления образовательного процесса по дисциплине:

1. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

2. Оборудование для проведения лекций, семинаров, практических занятий: мультимедийный проектор, персональные компьютеры, периферийные устройства (принтеры, сканеры), средства коммуникации и связи (модемы, сетевые платы), средства оргтехники (ксероксы, факсы, МФУ).

3. Наборы учебно-наглядных пособий, тематических иллюстраций, соответствующих рабочей программе дисциплины и тематики занятия для проведения аудиторных занятий.

4. Рабочее место преподавателя оборудованное компьютерным столом, компьютером с доступом в Интернет и мультимедийным оборудованием.

5. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Фонд оценочных средств выполнен в виде отдельного приложения к рабочей учебной программе.

10.1 Примерные вопросы к зачету

1. Античный период развития туризма
2. Организационно-экономические основы туризма
3. Средневековый период развития туризма
4. Развития туризма в XVII-XIX вв
5. Тенденции развития въездного, внутреннего и выездного туризма
6. Факторы, влияющие на деятельность и развитие туристической индустрии
7. История развития туризма в России
8. Классификация видов туризма
9. Рынок туристических услуг. Элементы туристического рынка
10. Субъекты туристического рынка
11. Турагентская и туроператорская деятельность
12. Понятие туристической услуги. Пакет услуг
13. Понятие туристического продукта, его основные свойства
14. Этапы разработки туристического продукта
15. Государственные органы, действующие в сфере туризма в Российской Федерации
16. Производство туристического продукта
17. Реализация туристического продукта. Каналы сбыта
18. Система классификации гостиничных услуг
19. Государственное регулирование туристической деятельности



20. Классификация туристского рынка, функции рынка
21. Исторические этапы развития международного туризма. Начало туристской деятельности
22. Формирование сбытовой агентской сети
23. Уровни и каналы сбыта
24. Финансовое обеспечение туроператорской деятельности
25. Классификация предприятий общественного питания
26. Туристский бизнес и условия его функционирования
27. Сбытовая политика туристского предприятия
28. Ценовая политика туристского предприятия
29. Особенности ценообразования в индустрии туризма
30. Методы ценообразования в индустрии туризма
31. Себестоимость туристского продукта. Калькуляция себестоимости.
32. Классы обслуживания в туризме, их характеристики.
33. Инициативный и рецептивный туроператор
34. Основные определения в области туризма
35. Разновидности схем продвижения турпродукта
36. Продвижение туристского продукта: цель и средства
37. Жизненный цикл туристского продукта
38. Этапы разработки туристского продукта. Особенности туристского продукта
39. Технология разработки тура
40. Номерной фонд гостиничного предприятия, классификация номеров
41. Виды, функции и средства распространения рекламы в туризме
42. Понятие и свойства туристского продукта
43. Система стимулирования сбыта в индустрии туризма
44. Туристская услуга. Определение, перечень услуг, входящих в туристский продукт
45. Взаимодействие туроператора с иностранными meet-компаниями
46. Взаимодействие туроператора с гостиничными предприятиями
47. Мотивация персонала в российских туристических фирмах
48. Конфликты в туристской деятельности
49. Виды конфликтов. Методы разрешения конфликтов
50. Конфликты между участниками туристского рынка
51. Добровольная сертификация средств размещения
52. Виды туристских организаций
53. Факторы, определяющие развитие международного туризма
54. Особенности туристского спроса и туристского предложения.
55. Экономические закономерности туристского рынка. Рыночная конъюнктура

10.2 Критерии оценки уровня освоения дисциплины

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90-100	5	отлично
75-89	4	хорошо
60-74	3	удовлетворительно
менее 60	2	неудовлетворительно



10.3. Показатели контроля и оценки результатов освоения компетенций

<p>ОК-1</p>	<ul style="list-style-type: none"> – умение обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость разработки концепций устойчивого развития туризма; – владеть навыками в области анализа элементов туристского рынка. 	<ul style="list-style-type: none"> – экспертное наблюдение и оценка коммуникативности студента – контрольная практическая работа – работа в малых группах
<p>ОК-2</p>	<ul style="list-style-type: none"> – применять нормативно-правовые акты при организации учреждений туристической индустрии; – рассчитывать ориентировочную стоимость как отдельных тур услуг, так и всего комплекса туристского обслуживания в учреждениях туристической индустрии. 	<ul style="list-style-type: none"> – экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях – тестовые задания – круглый стол
<p>ОК-3</p>	<ul style="list-style-type: none"> – выбирать территории и перспективные участки под освоение конкретными видами туризма; – проектировать циклы туристских занятий для каждого вида туризма; – анализировать достоинства и недостатки технологий, применяемых в учреждениях туристической индустрии в настоящее время. 	<ul style="list-style-type: none"> – экспертное наблюдение и оценка коммуникативности студента – тестовые задания – круглый стол
<p>ОК-9</p>	<ul style="list-style-type: none"> – выбирать технологии, обеспечивающие безопасность туристов; – умение проводить комплексное анализировать каналы сбыта, а так же определять достоинства и недостатки каждого из них. 	<ul style="list-style-type: none"> – тестовые задания – контрольная практическая работа – круглый стол