



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 15

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины **ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ**  
специальность 43.02.10 Туризм  
факультет туристского сервиса  
форма обучения очная, профессиональный цикл ОП.01

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Всего учебных занятий (в часах)</b> | 102       |
| <b>в том числе:</b>                    |           |
| <i>аудиторных</i>                      | 68        |
| из них:                                |           |
| лекций                                 | 32        |
| практических                           | 36        |
| <i>самостоятельных</i>                 | 34        |
| <b>Форма промежуточной аттестации</b>  |           |
| Диф. зачет                             | 3 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 15

Рабочая программа составлена на основании ФГОС СПО и рабочего учебного плана МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича на кафедре туризма факультета туризма и гостеприимства

Составитель рабочей учебной программы:  
ст. преподаватель кафедры туризма Е.И. Цветков

УТВЕРЖДЕНО 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. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью учебной дисциплины является формирование общих и профессиональных компетенций обучающихся, характеризующих этапы освоения образовательной программы.

Задачи дисциплины – приобретение знаний, умений и навыков, обеспечивающих достижение планируемых результатов по виду деятельности:

- предоставление турагентских услуг;
- предоставление услуг по сопровождению туристов;
- предоставление туроператорских услуг;
- управление функциональным подразделением организации.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ППССЗ

В структуре программы подготовки специалистов среднего звена учебная дисциплина «Организация туристской индустрии» относится к профессиональному циклу ОП.01

Содержательно она закладывает основы знаний и умений для освоения последующих дисциплин «Человек и его потребности», «Рекреалогия», «Туристско-рекреационное ресурсоведение», «География», «География туризма», «Информатика», «Туристское страноведение», «Английский язык», а также успешного прохождения производственной практики.

### 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Организация туристской индустрии» направлен на формирование следующих компетенций:

| Индекс компетенции | Название компетенции   |
|--------------------|--|
| 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-3               | решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях   |
| ОК-4               | осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития              |
| ОК-5               | использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности   |
| 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  |



|        |   |
|--------|---|
| ПК 1.1 | выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации  |
| ПК 1.2 | информировать потребителя о туристских продуктах  |
| ПК 1.3 | взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта                                    |
| ПК 1.4 | рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя   |
| ПК 1.5 | оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)  |
| ПК 1.6 | выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю  |
| ПК 1.7 | оформлять документы строгой отчетности  |
| ПК 2.1 | контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут                             |
| ПК 2.2 | инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте   |
| ПК 2.3 | координировать и контролировать действия туристов на маршруте   |
| ПК 2.4 | обеспечивать безопасность туристов на маршруте  |
| ПК 2.5 | контролировать качество обслуживания туристов принимающей стороной  |
| ПК 2.6 | оформлять отчетную документацию о туристской поездке  |
| ПК 3.1 | проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта |
| ПК 3.2 | формировать туристский продукт  |
| ПК 3.3 | рассчитывать стоимость туристского продукта   |
| ПК 3.4 | взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта                                      |
| ПК 3.5 | организовывать продвижение туристского продукта на рынке туристских услуг   |
| ПК 4.1 | планировать деятельность подразделения  |
| ПК 4.2 | организовывать и контролировать деятельность подчиненных  |
| ПК 4.3 | оформлять отчетно-планирующую документацию  |
| ПК 4.4 | анализировать эффективность работы подразделения и предлагать мероприятия по совершенствованию работы                 |

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

**знать:**

- историю развития и роль мирового туризма в мировой экономике;
- основные термины и понятия, принятые в туристской деятельности, на русском и иностранном языке;
- инфраструктуру туризма; возможности информационных, банковских и финансовых услуг и технологий в туризме;
- законодательные акты и нормативные документы по правовому регулированию туристской деятельности, страхованию в туризме, по вопросам регулирования туристских формальностей;
- определение, основные факторы, условия формирования и развития туристского региона;
- способы и методы продвижения организации туристских услуг на рынке туристских услуг;
- роль выставочно– конгрессной деятельности в развитии туризма;
- определение туристско-рекреационных ресурсов;
- основы организации санаторно-курортных комплексов;
- основы анимационной деятельности в сфере рекреации и туризма;



- принципы функционирования организацией питания;
- принципы организации и функционирования гостиничной индустрии.

**уметь:**

- профессионально пользоваться основными терминами и понятиями, относящимися к туристской деятельности, на русском и иностранном языках;
- осуществлять поиск и использование информации о состоянии и структуре рынка туристских услуг;
- пользоваться законодательными актами и нормативными документами по правовому регулированию туристской деятельности;
- использовать потенциал туристских регионов при формировании турпродуктов;
- консультировать туристов по вопросам пользования банковскими, финансовыми услугами, современными информационными технологиями;
- предоставлять информацию о туристско-рекреационных и курортных, ресурсах региона, страны назначения;
- использовать информацию о возможностях продвижения туристской организации на рынке туруслуг;
- осуществлять подготовку организации туризма к участию в профессиональных выставках;
- информировать туристов о возможностях организации досуга;
- предоставлять информацию об организации и видах питания туристов;
- профессионально пользоваться терминами и понятиями, принятыми в гостиничной индустрии.

**4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ**

| Вид учебной работы                                 | Всего часов     |
|--|-----------------|
| <b>Аудиторные занятия (всего)</b>                  | 68              |
| <b>в том числе:</b>                                |                 |
| – лекции   | 32              |
| – практические и семинарские занятия               | 36              |
| <b>Самостоятельная работа обучающегося – всего</b> | 34              |
| <b>в том числе:</b>                                |                 |
| – подготовка сообщений, докладов, рефератов        | 6               |
| – решение ситуационных задач, контрольных заданий  | –               |
| – работа с литературой, источниками сети Интернет  | 12              |
| <b>Общая трудоемкость</b>                          | <b>102 часа</b> |
| Вид промежуточной аттестации                       | Диф. зачет      |

**5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**5.1. Содержание разделов дисциплины**

| № п/п  | Наименование | Содержание |
|--|--------------|------------|
| <b>Раздел 1. «Организационные основы туристской индустрии»</b> |              |            |



|  |   |  |
|--|---|--|
| 1.1.   | Основные понятия туристской индустрии   | Основные понятия международного туризма. Понятия «туризм», «турист», «экскурсант», «туристская деятельность», «туроператор», «турагент», «туристская путевка», «туристские ресурсы», «туристский продукт» и др. Международный туризм как социально-экономическое явление. Современное состояние и тенденции развития международного туризма. Значение туризма в мировой экономике. Международные туристские прибытия. Структура международных туристских потоков. Связь туризма с другими секторами экономической и социальной деятельности: финансы, страхование, информационный сектор, телекоммуникации, розничная торговля, транспорт. |
| 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. Современное состояние и перспективы развития туризма в России и в мире.   |
| 1.3.   | Особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности. | Нормативно-правовая база туризма. Основные понятия, используемые в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Виды туристских организаций. Роль органов государственной власти в организации туристской деятельности. Стандартизация в туристской индустрии как один из способов государственного регулирования туристской деятельности. Виды стандартов на отдельные виды услуг.   |
| <b>Раздел 2. «Введение в профессиональную туристскую деятельность»</b> |   |  |
| 2.1.   | Классификация видов туризма   | Цели, типы, виды, категории туризма. Критерии классификации. Характеристики видов туризма.   |
| 2.2.   | 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.                                     |
| 2.3.   | 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. 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..  |



|   |   |  |
|---|---|--|
| 2.4.  | Спрос и предложение на туристские услуги. Разработка турпродукта и его потребительские свойства | Мотивация путешествий. Интенсивность путешествий. Цели путешествий. Факторы, влияющие на предложение туристских услуг (общественные, природные, экономические). Туристские возможности стран как цель путешествий. Факторы, определяющие спрос на туристские услуги (индивидуальные, экономические, общественные, предложения туристских предприятий, влияние государственной политики). Типы потребителей: туристы, деловые путешественники, отдыхающие дома. Разработка турпродукта и его потребительские свойства. Схема продвижения турпродукта. |
| <b>Раздел 3. «Туристский рынок – сфера туристской деятельности»</b> |   |  |
| 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 разделов и тем                          | лекции   | практические и семинарские занятия | из них:               |                            | самост. работа студентов | ВСЕГО     |
|-------|--|----------|------------------------------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------|-----------|
|       |  |          |                                    | интерактивные занятия | контрольные работы, зачеты |                          |           |
| 1.    | <b>«Организационные основы туристской индустрии»</b> | <b>8</b> | <b>8</b>                           |                       |                            | <b>10</b>                | <b>26</b> |
| 1.1   | Основные понятия туристской индустрии                | 2        | 2                                  |                       |                            | 4                        | 8         |
| 1.2   | История развития туризма                             | 2        | 2                                  |                       |                            | 3                        | 7         |
| 1.3   | Особенности правовых и хозяйственных                 | 4        | 4                                  |                       |                            | 3                        | 11        |



|                                 |   |           |           |          |          |           |            |
|---------------------------------|---|-----------|-----------|----------|----------|-----------|------------|
|                                 | отношений между участниками туристской деятельности.  |           |           |          |          |           |            |
| <b>2.</b>                       | <b>«Введение в профессиональную туристскую деятельность»</b>                                    | <b>12</b> | <b>16</b> |          |          | <b>14</b> | <b>42</b>  |
| 2.1                             | Классификация видов туризма   | 2         | 4         |          |          | 4         | 10         |
| 2.2                             | Основные цели и задачи профессиональной туристской деятельности                                 | 4         | 4         |          |          | 4         | 12         |
| 2.3                             | Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма                               | 4         | 4         | 2        | 2        | 4         | 12         |
| 2.4                             | Спрос и предложение на туристские услуги. Разработка турпродукта и его потребительские свойства | 2         | 4         |          |          | 2         | 8          |
| <b>3.</b>                       | <b>«Туристский рынок – сфера туристской деятельности»</b>                                       | <b>12</b> | <b>12</b> |          |          | <b>10</b> | <b>34</b>  |
| 3.1                             | Характеристика международного туристского рынка   | 4         | 4         | 2        | 2        | 4         | 12         |
| 3.2                             | Взаимодействие с партнерами в процессе разработки и реализации тура                             | 4         | 4         |          |          | 3         | 11         |
| 3.3                             | Современное состояние туризма в России: тенденции и перспективы развития                        | 4         | 4         |          |          | 3         | 11         |
| <b>Общая трудоемкость (час)</b> |   | <b>32</b> | <b>36</b> | <b>4</b> | <b>4</b> | <b>34</b> | <b>102</b> |

## 6. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ЗАНЯТИЯ

| Тема интерактивного занятия | Объем (час) | Форма проведения | Используемые методики, педагогические технологии |
|-----------------------------|-------------|------------------|--|
| Агентско-операторская       | 2           | Дебаты           | – работа в малых группах;                        |





|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| деятельность на международном рынке туризма       |   |   | – устная презентация;<br>– технология проведения дебатов     |
| Характеристика российского рынка туристских услуг | 2 | Производственное задание «Взаимодействие элементов туристского рынка» | – работа в малых группах;<br>– технология проведения дебатов |

## 7. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ И ЗАДАНИЙ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### 7.1. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Курсовая работа (проект) не предусмотрена образовательной программой.

### 7.2. 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.

### **7.3. Контрольные работы, практикумы**

Студенты выполняют в аудитории письменно две срезовые (контрольные) работы (4 часа), с целью подтверждения получения в необходимом объеме теоретических знаний и практических навыков по дисциплине.

| № п/п | № раздела дисциплины | Наименование практической работы | Трудоемкость (час) |
|-------|----------------------|----------------------------------|--------------------|
| 1.    | 1,2                  | Контрольная работа 1             | 2                  |
| 2.    | 3                    | Контрольная работа 2             | 2                  |

### **7.4. Подготовка к семинарским занятиям**

#### **Семинар 1, тема: «Организационные основы туристской индустрии»**

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].

#### **Семинар №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].

**Семинар №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 материала по темам 2.1, 2.2, 2.3, 2.4. 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 туркомпании;
- 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].

**Семинар №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. (в редакции 2012 года).

### **б) основная литература:**

2. Организация туристской индустрии и география: учебник / Н.Г. Можаяева. – М.: инфра-М, 2014. – 336 с.

### **в) дополнительная литература:**

3. Организация туристской индустрии и география туризма: учебник / Н.Г. Можаяева, Г.В. Рыбчек. – М.: Инфра-М, 2014. – 336 с.

4. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма: электронный учебник. - 3-е изд. - М.: Кнорус, 2012. – 324 с.

5. Организация туристской индустрии: учебное пособие / Ю.А. Матюхина. – М.: Инфра-М, 2014. – 304 с.

6. Орловская В.П. Технология и организация предприятий туризма: учебное пособие. – М.: Кнорус, 2013. – 198 с.

7. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - 9-е изд. – СПб, Герда, 2010. – 598 с.

8. Егоренков Л.И. Введение в технологию туризма. – Электронный учебник. – М.: Руконт, 2009. – 305 с.

9. Лебедев А.И. Основы туризма. – Электронный учебник. – М.: Руконт, 2009. – 64 с.

10. Киреева Ю.А. Основы туризма. – Электронный учебник. – М.: Руконт, 2010. – 108 с.

### **г) ресурсы сети «Интернет»**

11. <http://www.tourbus.ru/archive/>

12. <http://ratanews.ru/>

13. <http://unwto.org/>

14. <http://tourinfo.ru/>



15. <http://ru.wikipedia.org/>
16. <http://www.rostourunion.ru/>
17. <http://www.russiatourism.ru/>
18. <http://tourlib.net/>

**д) методические указания для обучающихся по освоению дисциплины:**

19. Методические указания по подготовке сообщений и докладов для бакалавров / Е.В. Копытина. – М.: электронная библиотека МГИИТ. – 2014.
20. Методические указания по подготовке к интерактивным занятиям, деловым играм / Е.В. Копытина. – М.: электронная библиотека МГИИТ. – 2014.
21. Методические указания по работе с литературой, источниками сети Интернет / Е.В. Копытина. – М.: электронная библиотека МГИИТ. – 2014.

### **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

- а) перечень оборудования – компьютер, мультимедийный проектор.
- б) учебно-методические материалы, средства обучения – учебно-методический комплекс:
  - тексты лекций;
  - электронные презентации;
  - тесты для самоконтроля;
  - практические задачи;
  - кейсовые задания (описание реальных экономических и бизнес-ситуаций);
  - схемы основных элементов налогов;
  - таблицы статей доходов и расходов предприятия, учитываемых в налогообложении.
- в) перечень информационных технологий - доступ к сети Интернет:
  1. Сайт Федеральной службы государственной статистики (раздел «Услуги в области туризма»)  
[http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/retail)
  2. Сайт Федерального агентства по туризму <http://www.russiatourism.ru/>

### **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 дифференцированному зачету**

1. Организационно-экономические основы туризма
2. Тенденции развития въездного, внутреннего и выездного туризма
3. Факторы, влияющие на деятельность и развитие туристической индустрии
4. История развития туризма в России
5. Классификация видов туризма
6. Рынок туристических услуг. Элементы туристического рынка
7. Турагентская и туроператорская деятельность
8. Понятие туристической услуги. Пакет услуг
9. Понятие туристического продукта, его основные свойства
10. Этапы разработки туристического продукта
11. Государственные органы, действующие в сфере туризма в Российской Федерации
12. Реализация туристического продукта. Каналы сбыта



13. Система классификации гостиничных услуг
14. Государственное регулирование туристской деятельности
15. Классификация туристского рынка, функции рынка
16. Формирование сбытовой агентской сети
17. Финансовое обеспечение туроператорской деятельности
18. Классификация предприятий общественного питания
19. Сбытовая политика туристского предприятия
20. Ценовая политика туристского предприятия
21. Особенности ценообразования в индустрии туризма
22. Методы ценообразования в индустрии туризма
23. Себестоимость туристского продукта. Калькуляция себестоимости.
24. Классы обслуживания в туризме, их характеристики.
25. Инициативный и рецептивный туроператор
26. Разновидности схем продвижения турпродукта
27. Жизненный цикл туристского продукта
28. Этапы разработки туристского продукта. Особенности туристского продукта
29. Технология разработки тура
30. Номерной фонд гостиничного предприятия, классификация номеров
31. Виды, функции и средства распространения рекламы в туризме
32. Система стимулирования сбыта в индустрии туризма
33. Туристская услуга. Определение, перечень услуг, входящих в туристский продукт
34. Взаимодействие туроператора с иностранными meet-компаниями
35. Взаимодействие туроператора с гостиничными предприятиями
36. Мотивация персонала в российских туристических фирмах
37. Конфликты в туристской деятельности
38. Добровольная сертификация средств размещения
39. Особенности туристского спроса и туристского предложения.
40. Экономические закономерности туристского рынка. Рыночная конъюнктура

### 10.2. Критерии оценки уровня освоения дисциплины

| Процент результативности<br>(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

| Результаты<br>(компетенции) | Основные показатели<br>оценки результата  | Формы и методы<br>контроля и оценки  |
|-----------------------------|---|--|
| <b>ОК 1 - 9</b>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрация навыков анализа, сбора и оценки информации;</li> <li>– выбирать необходимую информацию, группировать ее по значимости и формам</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– устный опрос;</li> <li>– экспертное наблюдение и оценка коммуникативности студента;</li> <li>– контрольная работа №1</li> </ul> |



|                     |   |   |
|---------------------|---|---|
|                     | изложения.  |   |
| <b>ПК 1.1 - 1.7</b> | – оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт   | – экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях;<br>– тестовые задания;<br>– контрольная работа №1        |
| <b>ПК 2.1 - 2.6</b> | – контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут   | – экспертное наблюдение и оценка коммуникативности студента;<br>– контрольная №2                                    |
| <b>ПК 3.1 - 3.5</b> | – составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператора | – экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях<br>– контрольная №2<br>– круглый стол<br>– мозговой штурм |
| <b>ПК 4.1 – 4.4</b> | – анализировать эффективность работы подразделения и предлагать мероприятия по совершенствованию работы   | – экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях<br>– контрольная №2<br>– круглый стол<br>– мозговой штурм |