

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра коммерции и маркетинга факультета управления

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Мировой опыт организации и обслуживания в туристической индустрии

Образовательная программа

38.04.02 – Менеджмент

Профиль подготовки

«Маркетинг»

Уровень образования
магистратура

Форма обучения
очно-заочная

Статус дисциплины: вариативная по выбору

Махачкала, 2020 год

Рабочая программа дисциплины «Мировой опыт организации и обслуживания в туристической индустрии» составлена в 2020 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02. Менеджмент (уровень магистратура) от 30 марта 2015г. №322

Разработчик : кафедра коммерции и маркетинга, Изиев К.А., к.э.н., доц.

Рабочая программа дисциплины одобрена:

На заседании кафедры коммерции и маркетинга от «10» марта 2020 г., протокол № 8.

Зав.кафедрой  Умаев Ю.Д.

На заседании методической комиссии факультета управления от «13» марта 2020 г., протокол № 7.

Председатель  Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением «23» марта 2020 г.

Начальник УМУ  Гасангаджиева А.Г.

Содержание

- Аннотация рабочей программы дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
1. Цели освоения дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата **Ошибка! Закладка не определена.**
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) **Ошибка! Закладка не определена.**
4. Объем, структура и содержание дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
- 4.1. Объем дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
- 4.2. Структура дисциплины **Ошибка! Закладка не определена.**
- 4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).
..... **Ошибка! Закладка не определена.**
5. Образовательные технологии **Ошибка! Закладка не определена.**
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.
..... **Ошибка! Закладка не определена.**
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.
..... **Ошибка! Закладка не определена.**
- 7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. .. **Ошибка! Закладка не определена.**
- 7.2. Типовые контрольные задания.... **Ошибка! Закладка не определена.**
- 7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.... **Ошибка! Закладка не определена.**
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. **Ошибка! Закладка не определена.**
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины. **Ошибка! Закладка не определена.**
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.
..... **Ошибка! Закладка не определена.**
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем. **Ошибка! Закладка не определена.**
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине. **Ошибка! Закладка не определена.**

Дисциплина «Мировой опыт организации и обслуживания в туристической индустрии» входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.02. –Менеджмент, профиль «Маркетинг в туризме».

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Содержание дисциплины охватывает следующие вопросы: изучение основных принципов организации туристского пространства, участников и их взаимоотношения, методы управления и формы, модели туристского бизнеса, основные факторы, формирующие организационную активность объектов туристской индустрии. Учет, планирование и контроль не только как объектов турбизнеса, но и главных участников экономического сообщества.

Дисциплина нацелена на формирование следующих общепрофессиональных компетенций выпускника: ПК-1, ПК-5.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения кейсов и промежуточный контроль в **форме зачета**.

Объем дисциплины ___2__зачетные единицы, в том числе 72часа в академических часах по видам учебных занятий

Семестр	Учебные занятия							СРС, в том числе экзамен	Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе:								
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					всего		
		Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации			
А	72	22	6		16		50	зачет	

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является усвоение особенностей развития туристической индустрии, как в России, так и за рубежом; умение анализировать работу организационной деятельности субъектов туристского рынка, устанавливать причинно-следственные связи между процессами, происходящими в этой отрасли, владение навыками систематизации и обобщения информации, полученной в ходе изучения данной дисциплины.

2. Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина входит в вариативную часть образовательной программы магистратуры 38.04.02 – Менеджмент.

Дисциплина базируется на знаниях современных проблем экономики, организации, планирования и управления.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .

Код компетенции из ФГОС ВО	Наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК-1	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знает: - закономерности функционирования туристической организации, маркетинговых подразделений, групп (команд) сотрудников. Умеет: управлять туристическими организациями, маркетинговыми

		<p>подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.</p> <p>Владеет: навыками целостного подхода к управлению туристическими организациями, маркетинговыми подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.</p>
ПК-5	<p>владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде</p>	<p>Знает:</p> <p>- методы экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной туристической среде.</p> <p>Умеет: обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной туристической среде.</p> <p>Владеет: навыками экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной туристической среде.</p>

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет ___2_ зачетные единицы, ___72_ академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные	Контроль самост.			
Модуль 1. Концептуальные аспекты организации туристской деятельности.										
1	Тема 1.1. Зарождение и развитие туристской деятельности,	9	1,2	2	4			12	Самостоятельные работы к семинару, опрос по проблемным вопросам, доклады с презентациями.	
2	Тема 1.2. Методологический генезис организации туроператорской деятельности	9	3,4	2	4			12	Самостоятельные работы к семинару, деловая игра, кейс-стади, доклады с презентациями	
	<i>Итого по модулю 1:</i>	36		4	8			24		
Модуль 2. Методологические аспекты туристской деятельности										
3	Тема 2.1. Производственный процесс в туристском	9	5	1	2			12	Самостоятельные работы к семинару, деловая игра, кейс-стади, доклады с	

	обслуживании, методологический подход в изучении								презентациями
4	Тема 2.2. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности: туристские фирмы	а	6	1	4			14	Самостоятельные работы к семинару, деловая игра, кейс-стади, доклады с презентациями
	<i>Итого по модулю 2:</i>	36		2	8			26	
	ИТОГО:	72		6	16			50	зачет

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1. Концептуальные аспекты организации туристской деятельности.

Тема 1.1. Зарождение и развитие туристской деятельности.
(форма проведения – семинар)

Занятие 1.

Понятие и особенности туристской индустрии. Туристские услуги. Туристский продукт. Туристский пакет. Тур. Дополнительные туристско-экскурсионные услуги. Туристские товары. Сущность, состояние и тенденции развития туристской индустрии. Современное состояние туризма. Общая характеристика туризма как отрасли мирового хозяйства. Факторы развития туризма. Цели, функции и задачи туризма. Экономические показатели мировой индустрии туризма. Международные туристские прибытия по регионам мира. Прогнозы развития мирового туристского рынка. Страны – лидеры выездного и въездного туризма по прогнозам ВТО на 2020 год. Пять перспективных видов туризма XXI века. Перспективы развития туризма и путешествий в Российской Федерации.

Тема 1.2. Методологический генезис организации туроператорской деятельности

Основные потребительские свойства туристского продукта. Слагаемые гостеприимства. Характеристика потребителей туристского продукта. Определение международного туриста, внутренний турист. Экскурсант. Посетитель. И классификация потребителей туристских продуктов. Туроператоры и их функции: планирование предстоящего тура, ценообразование и продвижение турпродукта, информативная, новаторская, интегрирующая, операторское лоббирование. Классификация туроператоров и туроперейтинга. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-туроператоры. Профилизация работы туроператора по видам предлагаемых туров и географическим направлениям его работы. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры.

Модуль 2: Методологические аспекты туристской деятельности.

Тема 2.1. Производственный процесс в туристском обслуживании, методологический подход в изучении.

Прием клиента и установление контакта с ним; установление мотивации выбора турпродукта; предложение туров; оформление правоотношений и расчет с клиентом; информационное обеспечение покупателя. Формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний. Регулярные авиаперевозки в аутгоинге. Чартерные перевозки в организации выездных туров и их характеристики. Виды чартерных программ: разовые с отстоем, шаттлчартеры,

Сплит-чартеры, поличартерные перевозки, транзит-чартеры. Расчет стоимости авиаперелета чартерным рейсом. Ответственность сторон по договору между авиаперевозчиком и заказчиком (туроператором). Процедура заключения чартерного договора. Услуги железных дорог при организации выездных туров.

Схемы взаимоотношений туроператоров и железных дорог: продажа билетов в офисе туроператора, бронирование билетов для групп туристов через железнодорожные кассы, организация туристских поездов или прицепных вагонов. Услуги автотранспортных предприятий при организации выездных туров. Категории автобусов по международной классификации.

Содержание договора аренды транспортного средства. Обязанности перевозчика, туроператора, водителя автобуса и туристов по договору аренды. Составление паспорта маршрута. Технология организации зарубежных круизов. Понятие круиза. Инфраструктура круизного лайнера: номерной (каютный) фонд, предприятия общественного питания, места общего пользования и проведения досуга. Права и обязанности перевозчика,

фрахтователя и туриста. Виды фрахта. Факторы, влияющие на размер суммы фрахта. Особенности процедуры заключения договора фрахта.

Тема 2.2. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности: туристские фирмы..

Характеристики выбираемого сегмента. Принципы планирования: причины необходимости дифференциации туров; основания для дифференциации туров. Схемы сотрудничества туроператора и отельера. Аренда отеля, покупка блока мест на условиях комитмента (строго и свободнофиксированных, мягких и жестких блоков мест), покупка блока мест на условиях безотзывного бронирования (строго фиксированного и пролонгируемого), на условиях повышенной комиссии (стартовой и нарабатываемой, имеющей обратную силу и без обратной силы), на условиях приоритетного бронирования, на условиях стандартной комиссии.

4.3.2. Содержание практических (и если есть лабораторных) занятий по дисциплине.

Модуль 1. Концептуальные аспекты организации туристской деятельности.

Тема 1.1. Зарождение и развитие туристской деятельности Форма (проведения – семинар)

Занятие 1.

1. Понятие и особенности туристской индустрии.
2. Туристские услуги. Туристский продукт. Туристский пакет. Тур. Дополнительные туристско- экскурсионные услуги.
3. Сущность, состояние и тенденции развития туристской индустрии.
4. Доклады , рефераты по теме.
5. Кейс- стадии.

Занятие 2.

1. Современное состояние туризма. Общая характеристика туризма как отрасли мирового хозяйства. Факторы развития туризма.
2. Экономические показатели мировой индустрии туризма. Международные туристские прибытия по регионам мира.
3. Перспективы развития туризма и путешествий в Российской Федерации.
4. Доклады , рефераты по теме.
5. Кейс- стадии.

Тема 1.2. Методологический генезис организации туроператорской деятельности Форма (проведения – семинар)

Занятие 1.

1. Основные потребительские свойства туристского продукта.
2. Определение международного туриста, внутренний турист. Экскурсант. Посетитель.
3. Доклады , рефераты по теме.

Занятие 2.

1. Классификация потребителей туристских продуктов.
2. Туроператоры и их функции: планирование предстоящего тура, ценообразование и продвижение турпродукта, информативная, новаторская, интегрирующая, операторское лоббирование туров.
3. Доклады , рефераты по теме.
4. Кейс- стадии.

Модуль 2: Методологические аспекты туристской деятельности.

Тема 2.1. Производственный процесс в туристском обслуживании, методологический подход в изучении.
(форма проведения – семинар)

Занятие1.

1. Прием клиента и установление контакта с ним; установление мотивации выбора турпродукта; предложение туров; оформление правоотношений и расчет с клиентом; информационное обеспечение покупателя.
2. Формы сотрудничества туроператоров и авиакомпаний. Регулярные авиаперевозки в аутгоинге. Чартерные перевозки в организации выездных туров и их характеристики.
3. Расчет стоимости авиаперелета чартерным рейсом. Ответственность сторон по договору между авиаперевозчиком и заказчиком (туроператором).
4. Схемы взаимоотношений туроператоров и железных дорог.
5. Технология организации зарубежных круизов. Понятие круиза. Инфраструктура круизного лайнера.
6. Виды фрахта. Факторы, влияющие на размер суммы фрахта. Особенности процедуры заключения договора фрахта.
7. Рефераты и доклады по теме.

Тема 2.2. Материально-техническое обеспечение туристской деятельности: туристские фирмы.
(форма проведения – семинар)

Занятие1.

1. Характеристики выбираемого сегмента. Принципы планирования: причины необходимости дифференциации туров; основания для дифференциации туров.
2. Схемы сотрудничества туроператора и отельера.
3. Рефераты и доклады по теме.

Занятие 2.

1. Аренда отеля, покупка блока мест на условиях комитмента (строго и свободно фиксированных, мягких и жестких блоков мест).
2. Покупка блока мест на условиях безотзывного бронирования (строго фиксированного и пролонгируемого), на условиях повышенной комиссии (стартовой и нарабатываемой, имеющей обратную силу и без обратной силы), на условиях приоритетного бронирования, на условиях стандартной комиссии.
3. Рефераты и доклады по теме.

5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;
- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;
- использование кейс-метода (проблемно-ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта товароведной деятельности отечественных и зарубежных кампаний;
- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов в области туризма.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Дисциплина предполагает как аудиторную, так и самостоятельную работу студентов. При изучении дисциплины используются следующие формы организации учебного процесса:

1. Практические занятия, проводятся в виде занятий в аудитории. Для эффективного освоения учебного материала и приобретения практических навыков занятия представлены в форме тематических case-studies и типовых

заданий. По окончании каждой темы в целях закрепления знаний и навыков предлагаются вопросы для дискуссии. В процессе занятий студенты должны приобрести практические навыки проведения прогнозно-аналитических и плановых расчетов, расчетов по обоснованию стратегических планов и программ в туристской индустрии. Практические занятия проводятся в форме деловой игры и анализа конкретных ситуаций («кейс-метод»). В этом случае предполагается индивидуальная работа студентов с полученными заданиями, проведение дискуссий, представление различных вариантов решения и их обсуждение. По окончании деловой игры каждый студент обязан представить преподавателю выполненную контрольную работу по теме .

2. В самостоятельную работу студентов входит освоение теоретического

материала, изучение публикаций по актуальным проблемам в рамках дисциплины, подготовка самостоятельных работ, включающих в себя решение задач, ответ на проблемные вопросы.

Организация самостоятельной работы включает:

- работу с учебником и с дополнительной литературой;
- проведение самостоятельных исследовательских работ.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Тема 1.1. Зарождение и развитие туристской деятельности,	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата, выступлений, презентаций по теме исследований.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, представление презентаций.
<i>Тема 1.2.</i> Методологический генезис организации туроператорской деятельности	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Выполнение заданий по анализу деятельности конкретного турпредприятия.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий с презентацией отчета.
<i>Тема 2.1.</i> Методология деятельности туроператоров и турагентов	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач по определению ключевых факторов успеха конкретных турпредприятий, представление отчетов с презентацией результатов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, доклада, проверка проведенного анализа с презентацией результатов.
<i>Тема 2.2.</i> Производственный процесс в туристском обслуживании, методологический подход в изучении	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Проведение исследований по анализу деятельности реального предприятия на туристическом рынке.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, доклада, проверка проведенного анализа с презентацией результатов.

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита трех рефератов. Всего по дисциплине студент может представить

шесть рефератов. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. В вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

При оценке качества представленной студентом работы принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).
2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).
3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).
4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).
6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);
- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;
- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;

- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;
- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины

Примерные темы рефератов:

1. Классификации, используемые в международной индустрии туризма и гостеприимства
2. Международный туризм как система экономических понятий и определений.
3. Исторические вехи международного туризма.
4. Виды и нормы международного туризма. Стандарты туристского обслуживания.
5. Маркетинг международного туризма.
6. Индустрия международного туризма в отдельных регионах мира.
7. Международная индустрия рекреационного туризма. Виды рекреационного туризма.
8. Современные тенденции развития международного туризма.
9. Туристский спрос и его характерные черты.
10. Интеграционные процессы в развитии международной гостиничной индустрии.
11. Формы гостиничной организации принятые в международной индустрии гостеприимства.
12. Факторы развития международной индустрии гостеприимства.
13. Гостиничный сектор в системе международной индустрии.
14. Понятие международной туристской индустрии. Основные типы размещения.
15. Международная организация системы питания.
16. Экскурсионные услуги и туристические маршруты.
17. Организация транспорта на международных направлениях.
18. Сущность международного туризма и туроператорской деятельности
19. Организационно-функциональная структура международных туристских предприятий.
20. Нормативно-законодательные основы туроператорской и гостиничной деятельности в России и за рубежом.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

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

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

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

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Код и наименование компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК-1	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - закономерности функционирования туристической организации, маркетинговых подразделений, групп (команд) сотрудников. <p>Умеет: управлять туристическими организациями, маркетинговыми подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.</p> <p>Владеет: навыками целостного подхода к управлению туристическими организациями, маркетинговыми подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.</p>	Устный опрос, подготовка исследований по теме, написание рефератов, презентация результатов, решение кейс-стади по теме.
ПК-5	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методы экономического и стратегического анализа поведения экономических 	Устный опрос, подготовка исследований по теме, написание рефератов,

	<p>агентов и рынков в глобальной туристической среде.</p> <p>Умеет: обосновывать актуальность, теоретическую и практическую значимость экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной туристической среде.</p> <p>Владеет: навыками экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной туристической среде.</p>	<p>презентация результатов, решение кейс–стади по теме.</p>
--	---	---

7.2. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, тестов, рефератов, дискуссий, представление исследований с презентациями по теме, решения аналитических задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Образец задания по первому модулю

Вариант 1

1. Какие виды поездок не относятся к деловому туризму: 1) Участие в выставках 2) Участие в конференциях 3) Посещение монастырей
2. К учебному туризму не относятся: 1) Хобби-туризм 2) Языковые туры 3) Курсы повышения квалификации
3. Какие преимущества дает стране развитие туризма? 1) Увеличение налоговых сборов 2) Распределение средств бюджета на туристские объекты 3) Рост цен на местные товары
4. Какие недостатки связаны с развитием туризма?
1) Рост цен на недвижимость 2) Привлечение капитала 3) Рост ВВП
5. Международный туризм: 1) Выезд граждан конкретной страны с постоянного места жительства в пределах национальных границ той же страны для отдыха, удовлетворение познавательных интересов, занятий спортом 2) Систематизированная и направленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением туристских

услуг иностранным туристам на территории какой-либо страны 3) Туризм, где туристы участвуют в исследовании природы, полевые наблюдения

6. Отметьте три вида экотуризма: 1) Научный туризм, туры истории природы, приключенческий туризм 2) Конгрессно-выставочный туризм и бизнес-поездки 3) Маршрутно-познавательный туризм, познавательные поездки, научные поездки религиозных деятелей.

7. Какие из перечисленных факторов относятся к внутренним факторам, влияющим на развитие туризма: 1) Спрос и предложение на рынке туристских услуг, сегментация рынка туристских услуг, процессы монополизации туризма, кадры в туризме 2) Увеличение продолжительности жизни, увеличение доходов в семье, доступность информации о развитии туризма 3) Увеличение или снижение пособий в семьях, увеличение или снижение выделяемых средств государством на развитие туризма.

8. Экстенсивные факторы: 1) Кризисы, политическая, финансовая нестабильность, рост цен, криминальная ситуация, ужесточение туристских формальностей 2) Повышение квалификации персонала, техническое совершенствование материальной базы, улучшение качества услуг 3) Увеличение числа работников, новых объектов туризма, увеличение числа материальных услуг

9. Какие переменные не используются в современной мировой практике в качестве показателей экономического эффекта туристской индустрии для народного хозяйства? 1) Вклад туризма в создание национального дохода, влияние туристской индустрии на развитие региона 2) Количество рабочих мест в туризме 3) Доступность информации о развитии туризма, увеличение доходов в семье

10. Какие функции нельзя отнести к основным экономическим функциям международного туризма: 1) Сертификация, аттестация, политическая функция 2) Диверсификация экономики путем создания отраслей, обслуживающих отрасли туризма

3) Доходную, внешнеэкономическую, экологическую.

11. Что такое временные выезды граждан России, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой в стране временного пребывания деятельностью: 1) Туризм 2) Тур 3) Экскурсия

12. Что такое временные выезды граждан конкретной страны с постоянного места жительства в пределах национальных границ той же страны для отдыха, удовлетворения познавательных интересов, занятий спортом и других целях: 1) Внутренний туризм 2) Международный туризм 3) Экскурсия

13. В каком году было подписано Шенгенское соглашение между Нидерландами, Бельгией, ФРГ, Францией и Люксембургом? 1) 1895 2) 1985 3) 1958

14. К какому виду туризма относятся поездки со служебными целями: 1) Экологический 2) Деловой 3) Учебный
15. Как называются поездки, которыми фирма награждает своих работников за высокие показатели в работе: 1) Бизнес-туризм 2) Инсентив-туризм 3) Конгрессно-выставочный туризм
16. К какому виду относятся следующие факторы: природноклиматические, географические, культурно-исторические? 1) Демографические 2) Динамические 3) Статичные
17. Организаторы и продавцы туров, исполнители услуг, потребители туруслуг относятся к: 1) Объектам туррынка 2) Субъектам туррынка 3) Не имеют отношения к туррынку
18. Кто занимается разработкой туристского маршрута, обеспечением туристов услугами, организацией рекламы, рассчитывает и устанавливает цены: 1) Экскурсовод 2) Турагент 3) Туроператор
19. Какой регион располагает наибольшим номерным фондом: 1) Европейский 2) Американский 3) Юго-Восточная Азия и Тихоокеанский регион
20. На какой транспорт приходится около 44% перевозок? 1) Воздушный 2) Железнодорожный 3) Водный
21. Как называются предприятия, существующие только за счет туризма: 1) Сферы первичных услуг 2) Сферы вторичных услуг 3) У них нет названия
22. Что называется комплексом услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионному обслуживанию, а также услуг гидов-переводчиков и других объединенных на базе главной цели путешествий и предоставляемых по определенному маршруту и в определенный срок: 1) Турпутевка 2) Тур 3) Тур.ресурсы
23. Как называется документ, подтверждающий оплату предусмотренной программой обслуживания туристско-экскурсионных услуг и являющийся основанием на получение этих услуг туристом? 1) Турпутевка 2) Тур 3) Тур.ресурсы
24. Как называется совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, спортивного, оздоровительного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги гидов-переводчиков: 1) Туриндустрия 2) Туристский рынок 3) Туристские ресурсы
25. Как называется организация, приобретающая туры, разработанные туроператором и реализующая туры потребителям: 1) Турагент 2) Туроператор
26. На какой регион приходится 65% всех международных туристских поездок: 1) Европу 2) Америку 3) Азию
27. Кто совершает больше деловых поездок: 1) Итальянцы 2) Испанцы 3) Американцы

28. Когда день рождения космического туризма: 1) 18 января 2004 г. 2) 28 апреля 2002 г. 3) 14 марта 2003 г. 29. Какая доля туризма в ВВП России: 1) 1,5% 2) 3% 3) 5% 30. Какие страны являются ведущими по расходам на туризм 1) Германия, США, Великобритания 2) Италия, Франция, Греция 3) Германия, Россия, Бразилия

Образец задания по 2 модулю:

Вариант 1.

1. Укажите три типа туризма: а) внутренний б) международный в) въездной г) выездной д) национальный е) туризм в пределах страны
2. Укажите три категории туризма: а) внутренний б) международный в) въездной г) выездной д) национальный е) туризм в пределах страны
3. К основным туристским услугам относятся: а) включенные в договор и оплаченные посетителем турфирмы б) оплаченные в момент потребления во время путешествия или в месте пребывания
4. Посетители, прибывшие в страну на круизном судне и ночующие на нем, относятся к: а) туристам б) экскурсантам
5. Путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно, с соблюдением установленных государством норм и правил, относятся к: а) социальному туризму б) самодеятельному туризму в) внутреннему туризму
6. Туроператор занимается созданием, продвижением и реализацией: а) туристских товаров б) туристских услуг в) туристского продукта
7. Групповой тур – это ... а) *inclusiv tour* б) *package tour* в) заказной тур
8. какие обозначения класса обслуживания туристов применяются в практике турфирм? (4 позиции) а) *super* – класс б) *ultrasuper* класс в) *VIP* – класс (1 класс) г) Бизнес – класс д) Туристский класс е) Эконом – класс
9. Из чего складывается цена турпакета? (лишнее вычеркнуть) а) затраты на производство тура б) цены конкурентов на аналогичный продукт в) уровень спроса на данный турпродукт г) сезонность в туризме д) экономическая и политическая ситуация в стране е) топливный сбор ж) имидж фирмы
10. Что такое «отстойный» рейс? а) рискованный рейс б) устаревший рейс в) разовый чартер
11. Какой из видов туристской документации является бланком строгой финансовой отчетности? а) туристский ваучер б) путевка ТУР – 1 в) памятка туристу г) лист бронирования
12. Что такое туристский ваучер? а) финансовый документ турфирмы б) документ, подтверждающий бронирование и оплату услуг отеля в) финансовое обязательство отеля
13. Что такое «поставщики услуг»? а) каналы продвижения турпродукта б) каналы реализации турпродукта в) предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов.
14. Что такое «форс-мажорные обстоятельства»?

а) отказ от исполнения условий договора любой из сторон б) обстоятельства непреодолимой силы в) неспособность одной из сторон осуществить условия клиентского соглашения

Контрольные вопросы к экзамену для промежуточного контроля:

1. Зарождение и развитие туристской деятельности
2. Характеристика туристских предприятий
3. Методология деятельности туроператоров
4. Генезис организации туроператорской деятельности
5. Назовите основные предпосылки развития международного туристического бизнеса
6. Какие формы международного туристического бизнеса Вы знаете?
7. Дайте определение термину «международный бизнес»
8. Какова роль международного бизнеса в экономике?
9. Какие виды зарубежных инвестиций Вы знаете
10. Назовите известные факторы развития международного туристического бизнеса.
11. Какова роль IT-технологий в развитии международного туристического бизнеса?
12. Опишите суть современных проблем взаимодействия компаний в сфере туризма и гостеприимства с рынком капитала
13. Как влияет культура на деятельности международной компании на рынках туризма и гостеприимства.
14. Какие проблемы выведения на внешний рынок новых туристических продуктов Вы можете назвать?
15. Какие особенности деятельности круизных компаний на международных рынках Вы можете назвать?
16. Какие технологии международного бизнеса в сфере туризма и гостеприимства Вы знаете?
17. Что Вы знаете о применении лизинга (франчайзинга и др.) в международном бизнесе в сфере туризма и гостеприимства?
18. Какие способы проникновения на рынки зарубежных стран Вы можете назвать?
19. Расскажите об особенностях ведения международного бизнеса на региональном рынке туристических услуг и гостеприимства
20. Кризисы и их влияние на организацию туристской деятельности

7.3. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу.

Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашнего самостоятельного исследования по заданной теме и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущую работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов
«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла по дисциплине в «зачтено»

или «не зачтено»

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по дисциплине
0-50	Не зачтено
51-100	Зачтено

Например:

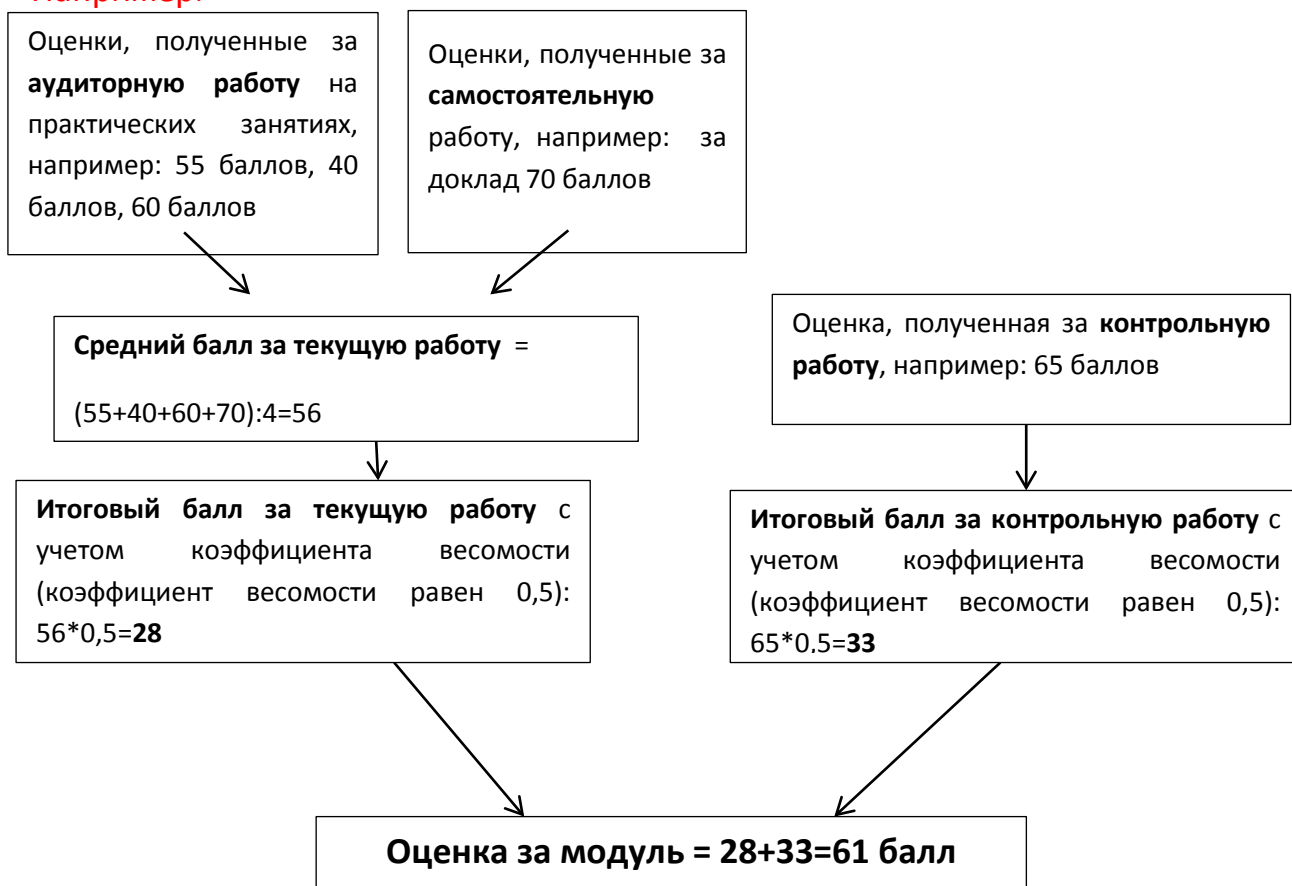
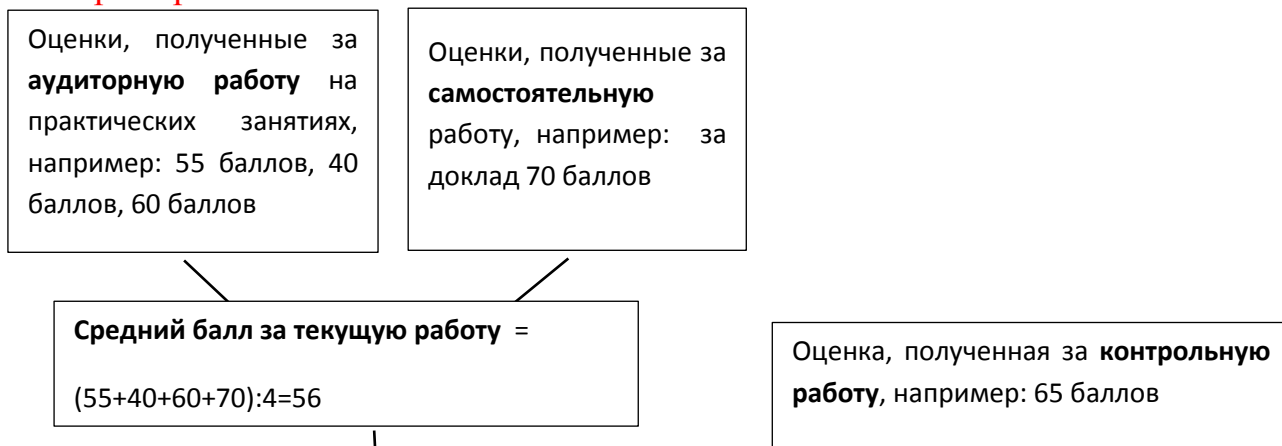


Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-50	Неудовлетворительно

51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы,

<p>Итоговый балл за текущую работу с учетом коэффициента весомости (коэффициент весомости равен 0,5): $56*0,5=28$</p>	<p>ПЛИНЫ. ЕЛЬНОЙ ПЛИНЫ.</p>	<p>Итоговый балл за контрольную работу с учетом коэффициента весомости (коэффициент весомости равен 0,5): $65*0,5=33$</p>
--	--	--

а) основная литература:

1. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг [Электронный ресурс] : учебник / Н.А. Восколович. — Электрон.текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 207 с. — 978-5-238-01519-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75219.html> (дата обращения 14.05.2018)
2. Ополченев, И. И. Маркетинг в туризме: обеспечение рыночной позиции : [учеб.пособие] / Рос. междунар. акад. туризма. - М. : Сов.спорт, 2003. - 187 с. - Утв. НМС РМАТ. - ISBN 5-85009-810-0.
3. Котлер Филип. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм : Учеб. для вузов / Дж.Боуэн, Дж.Мейкенз. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ, 2002. - 1063 с. - ISBN 5-238-00378-1 .

Оценка за модуль = 28+33=61 балл

б) дополнительная литература:

1. Алексунин В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. В.А.Алексунина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М : Дашков и К, 2002. - 613 с. - Рекомендовано МО РФ. - ISBN 5-94798-098-3 : 190-00.
2. Безрутченко Ю.В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Безрутченко. — 2-е изд. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — 978-5-394-01664-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75219.html>, (дата обращения 14.05.2018)

(дата обращения 14.05.2018)

3. Кулибанова, Валерия Вадимовна. Маркетинг: сервисная деятельность : Учеб.пособие. - СПб.и др. : Питер: Питер бук, 2000. - 231 с. : ил. - (КК:Краткий курс). - ISBN 5-272-00272-5.
4. Лисевич А.В. Маркетинг в туристской индустрии [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / А.В. Лисевич, Е.В. Лунтова. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 174 с. — 978-5-394-02434-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/75218.html>, (дата обращения 14.05.2018).
5. Муртузалиева Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие для бакалавров / Т.В. Муртузалиева, Т.П. Розанова, Э.В. Тарасенко. — Электрон.текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2017. — 166 с. — 978-5-394-02710-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70852.html>, (дата обращения 14.05.2018)

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 – . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 01.07.2018). – Яз. рус., англ.
2. Moodle [Электронный ресурс]: система виртуального обучением: [база данных] / Даг.гос. ун-т. – Махачкала, г. – Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. – URL: <http://moodle.dgu.ru/> (дата обращения: 15.03.2018).
3. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2010 – Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный (дата обращения: 11.05.2018).
4. Федеральная служба государственной статистики: - туризм и туристические услуги.[Электронный ресурс].- Режим доступа:<http://www.gks.ru/>,(дата обращения: 16.05.2018)

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Дисциплина предполагает как аудиторную, так и самостоятельную работу студентов.

При изучении дисциплины используются следующие формы организации учебного процесса:

1. Практические занятия, проводятся в виде занятий в аудитории. Для эффективного освоения учебного материала и приобретения практических навыков занятия представлены в форме тематических case-studies и типовых

заданий. По окончании каждой темы в целях закрепления знаний и навыков предлагаются вопросы для дискуссии. В процессе занятий студенты должны приобрести практические навыки проведения прогнозно-аналитических и плановых расчетов, расчетов по обоснованию маркетинговых планов и программ в индустрии гостеприимства. Практические занятия проводятся в форме деловой игры и анализа конкретных ситуаций («кейс-метод»). В этом случае предполагается индивидуальная работа студентов с полученными заданиями, проведение дискуссий, представление различных вариантов решения и их обсуждение. По окончании деловой игры каждый студент обязан представить преподавателю выполненную работу по теме «Разработка маркетинговой стратегии развития предприятия индустрии гостеприимства «_____»».

2. В самостоятельную работу студентов входит освоение теоретического материала, изучение публикаций по актуальным проблемам в рамках дисциплины, подготовка самостоятельных работ, включающих в себя решение задач, ответ на проблемные вопросы.

Организация самостоятельной работы включает:

- работу с учебником и с дополнительной литературой;
- написание самостоятельных работ.

Виды контроля знаний студентов и их отчетности.

1. Текущий контроль самостоятельной работы через проверку и оценку письменных работ.

2. Оценка студентов по результатам ответов на практических занятиях.

3. Зачет в виде структурированного задания.

Критерии оценки знаний студентов. Оценка выполнения самостоятельных работ производится следующим образом: оценивается полнота ответов на проблемные вопросы; оценивается полнота и правильность проведенных сравнительных характеристик. По самостоятельной работе выставляется оценка «зачтено» в случае, если вышеперечисленные требования выполняются на 60%. В противном случае выставляется оценка «не зачтено». Зачет проводится устно по вопросам. Оценку "зачтено" заслуживает студент, знающий программный материал; грамотно и правильно отвечающий на все вопросы зачета; показавший умение свободно логически, четко и ясно излагать ответы на дополнительные вопросы; обнаруживший твердые навыки и умение приложить теоретические знания к практическому их применению для анализа экономических проблем. Оценка "не зачтено" выставляется студенту обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала; допустившему принципиальные ошибки при ответе на вопросы зачетного билета и не способному к их исправлению без дополнительных занятий по дисциплине.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины используются интерактивные устройства: компьютер, проектор, интерактивная доска. Используется набор слайдов по всем темам дисциплины. Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 407, 419 ауд., 408, 416 ауд., 438 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.