**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**

**высшего образования**

**Московский государственный институт культуры**

|  |
| --- |
| **УТВЕРЖДАЮ:**  **Председатель УМС**  **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_факультета**  **(ФИО)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**  **«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_г.** |

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.06**

**ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВЬЕЗДНОГО И ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА**

**Направление подготовки/специальности (код, наименование) 43.03.02 Туризм**

**Профиль подготовки/специализация Историко-культурный туризм и гостиничное дело**

**Квалификация (степень) выпускника бакалавр**

**Форма обучения: очная/заочная**

**Химки 2024 г.**

Фонд оценочных средств предназначен для контроля сформированности компетенций (знаний, умений, навыков и владений) обучающихся по направлению подготовки (специальности) 43.03.02 Туризм по дисциплине *«****ТЕХНОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИЯ ВЬЕЗДНОГО И ВЫЕЗДНОГО ТУРИЗМА****»*.

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры

Управления и экономики культуры

*наименование кафедры*

протокол № 1 от "02" сентября 2024г.

Заведующий кафедрой

Управления и экономики культуры \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Григорьева Е.И.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*наименование кафедры подпись расшифровка подписи*

*Исполнители:*

Профессор кафедры  
управления и экономики культуры Григорьева Е.И.

*должность подпись расшифровка подписи*

*должность подпись расшифровка подписи*

|  |
| --- |
| СОГЛАСОВАНО:  УМС факультета  Председатель УМС  *личная подпись расшифровка подписи* |

**Раздел 1. Перечень компетенций**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **№ пп** | **Компетенция (код и наименование)** | **Индикаторы**  **компетенций** | **Результаты обучения** | |
| 1 | ПК – 1  Владеет теоретическими основами проектирования, готовностью к применению основных методов проектирования в туризме. | ПК-1.1  Использует методы и технологии проектирования деятельности туристской организации.  ПК-1.2  Оценивает эффективность планирования по различным направлениям проекта  ПК-1.3.  Рассчитывает качественные и количественные показатели, характеризующие эффективность туристско- рекреационного проектирования.  ПК-1.4.  Формирует идею проекта, организует проектную деятельность | Знать | Теоретические основы проектирования, организации и реализации стратегий и программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей, нормативно-техническую базу туристско-рекреационного проектирования |
| Уметь | Применять основные методы проектирования в туризме, диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии, разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению, планировать и осуществлять контроль за реализацией проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий турист-кой индустрии; эффективно использовать источники профессиональной информации. |
| Владеть | Навыками и опытом: использования методов и технологий проектирования деятельности туристского предприятия; оценки эффективности планирования по различным направлениям проекта; расчета качественных и количественных показателей, характеризующих эффективность проекта; формирования идеи проекта, организации проектной деятельности. |

**Описание показателей и критериев оценивания**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Индикаторы достижения части компетенции, соотнесенные с дисциплиной – результаты изучения дисциплины (по этапам формирования знания, умения и навыков и (или) опыта деятельности) в соответствии с разделом 2 ФОС | Раздел дисциплины в соответствии с Рабочей программой дисциплины (раздел 4) | Средство оценивания достижения компетенции в соответствии с Рабочей программы дисциплины (раздел 6) | Показатели оценивания | Критерии оценивания и оценочная шкала |
| **ПК – 1**  Владеет теоретическими основами проектирования, готовностью к применению основных методов проектирования в туризме.  **Знать:** теоретические основы проектирования, организации и реализации стратегий и программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей, нормативно-техническую базу туристско-рекреационного проектирования;  **Уметь:** применять основные методы проектирования в туризме, диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии, разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению, планировать и осуществлять контроль за реализацией проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий турист-кой индустрии; эффективно использовать источники профессиональной информации;  **Владеть:** навыками и опытом: использования методов и технологий проектирования деятельности туристского предприятия; оценки эффективности планирования по различным направлениям проекта; расчета качественных и количественных показателей, характеризующих эффективность проекта; формирования идеи проекта, организации проектной деятельности. | Тема 2.  Процесс производства национального туристического продукта  Тема 3.  Основные туристские поставщики инкаминговых туроператоров и особенности их услуг  Тема 4. Особенности аутгоинга (формирование выездных туров). Экономическая эффективность выездного туризма.  Тема 6  Формы сотрудничества туроператоров и зарубежных гостиничных предприятий  Тема 7.  Обеспечение визовой поддержки иностранных туристов со стороны отечественных операторов | Анализ информации по теме, опрос  Анализ информации по теме, доклад-презентация  Анализ информации по теме, доклад-презентация  Анализ информации по теме, доклад-презентация  Анализ информации по теме, опрос | Воспроизведение обучающимся теоретического материала по теме  Самостоятельное применение обучающимся умений на практике  Воспроизведение обучающимся теоретического материала по теме  Воспроизведение обучающимся теоретического материала по теме  Самостоятельное применение обучающимся умений на практике  Воспроизведение обучающимся теоретического материала по теме  Самостоятельное применение обучающимся умений на практике | Полнота ответа, глубина проработки материала  Соблюдение регламента, качество слайдов, комментарии докладчика к слайдам  Полнота ответа, глубина проработки материала  Соблюдение регламента, качество слайдов, комментарии докладчика к слайдам  Полнота ответа, глубина проработки материала  Соблюдение регламента, качество слайдов, комментарии докладчика к слайдам |
| **ПК-1** | Форма промежуточной  аттестации – экзамен | по билетам | отлично/хорошо/  удовлетворительно/  неудовлетворительно |  |

**Раздел 2. Типовые и оригинальные контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине (оценочные средства). Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.**

***2.1.1. Фонд тестовых заданий по дисциплине***

Тестирование проводится в учебной аудитории письменно, состоит из 50 -ти заданий, задания теста студенты получают от преподавателя вместе с листом для ответов, время, отводимое на выполнение теста составляет 45 минут. При выполнении теста недопустимо пользоваться вспомогательными материалами, в т.ч. в сети Интернет

Выполнение тестовых заданий оценивается следующим образом:

Критерии оценки теста

Один вопрос – равняется 1 баллу

Шкала оценивания

45 – 50 баллов «отлично» /зачтено

36- 44 баллов «хорошо»/зачтено

24 -35 баллов «удовлетворительно»/зачтено

Менее 24 баллов «неудовлетворительно»/не зачтено

***Тест для проверки знаний по дисциплине***

1. Туристский рынок это:

а) совокупность процессов и процедур, обеспечивающих обмен между покупателями (потребителями) и продавцами (поставщиками) отдельных товаров и услуг;

б) сфера товарного обмена; совокупность экономических отношений, возникающих на основе обменных операций между производителями и потребителями товаров и услуг в масштабе мирового хозяйства (мировой, внешний рынок), страны (национальный, внутренний рынок) и ее отдельного района (местный рынок);

в) совокупность конкретных экономических отношений и связей между туристами (покупателями) и туроператорами (продавцами), а также турагентами (торговыми посредниками) и их контрагентами по поводу движения туристских продуктов и денег, отражающая экономические интересы субъектов рыночных отношений;

г) совокупность всех отношений, организация сотрудничества людей друг с другом по поводу купли-продажи товаров и услуг.

2.Национальный туризм это:

а) совокупность деятельности в сфере внутреннего туризма;

б) совокупность деятельности в сфере международного туризма;

в) совокупность деятельности в сфере внутреннего и въездного туризма;

г) совокупность деятельности в сфере внутреннего и выездного туризма.

3.Специфические особенности туристского рынка:

а) показатели развития мировой экономики

б) туристские услуги неосязаемы, теряются во времени, качество отдельных услуг в составе тура может меняться;

в) глобальные природно-климатические и демографические изменения

г) развитие новых информационных технологий

4. Основные субъекты туристского рынка:

а) турист, туроператор, турагент;

б) турист, туроператор, экскурсионные бюро;

в) туроператор, перевозчик, турист;

г) перевозчик, туроператор, турагент.

5.Внешние факторы воздействуют на развитие туризма:

а) посредством показателей развития мировой экономики;

б) посредством темпов экономического роста и дохода на душу населения региона;

в) посредством освоения новых территорий;

г) посредством происходящих в жизни общества изменений и имеют неодинаковую значимость для различных элементов системы туризма.

6. Период, характеризующийся максимальной интенсивностью туристского потока и наиболее комфортными условиями для рекреации:

а) высокий сезон;

б) низкий сезон;

в) пиковый сезон;

г) мертвый сезон.

7.Снижение деловой активности на туристском рынке и низкие цены на туристские услуги характерны для:

а) высокого сезона;

б) среднего сезона;

в) пикового сезона;

г) мертвого сезона.

8.Менее значительными колебаниями спроса характеризуется:

а) экстремальный туризм;

б) познавательный туризм;

в) этнический туризм ;

г) конгрессный туризм.

9. Рост численности населения, увеличение числа работающих женщин, тенденция к более позднему вступлению в брак относятся:

а) к демографическим и социальным факторам развития туризма;

б) политическим факторам развития туризма;

в) экономическим факторам развития туризма;

г) географическим факторам развития туризма.

10. По мере увеличения расстояния между странами интенсивность взаимных туристских потоков:

а) повышается;

б) остается на одном уровне;

в) снижается;

г) не зависит от расстояния.

11. Реакцией туриста на повышение цен является то, что он выбирает поездку:

а) на более близкое расстояние;

б) на более длительный срок тура;

в) в отель более высокого уровня;

г) с большим набором предоставляемых дополнительных услуг.

12. Таможенные правила ввоза/вывоза товаров и транспортных средств, паспортно-визовые формальности относятся:

а) к экономическим факторам развития туризма;

б) политическим факторам развития туризма;

в) демографическим и социальным факторам развития туризма;

г) географическим факторам развития туризма.

13. Информировать об угрозе безопасности туристов в стране временного пребывания уполномочено:

а) Министерство экономического развития и торговли;

б) Министерство внутренних дел;

в) Министерство чрезвычайных ситуаций;

г) Ростуризм.

Обстановка, сложившаяся в результате катастрофы, которая повлекла за собой человеческие жертвы, относится к угрозам безопасности:

А) социального характера Б) чрезвычайного характера В) природного характера Г) техногенного характера

14. Обстановка, сложившаяся в результате катастрофы, которая повлекла за собой человеческие жертвы, относится к угрозам безопасности:

а) социального характера;

б) чрезвычайного характера;

в) природного характера;

г) техногенного характера.

15. Разнообразие природных зон, ландшафтов, особенности климата, низкая плотность населения являются предпосылками для развития:

а) историко-познавательного туризма;

б) экологического туризма;

в) лечебного туризма;

г) религиозного туризма.

16. Археологические памятники, этнографические поселения, центры народных промыслов, древние города, архитектурные ансамбли являются предпосылками развития:

а) историко-познавательного туризма;

б) экологического туризма;

в) лечебного туризма;

г) религиозного туризма.

17.Развитие въездной формы туризма и формирование статуса региона-рецептора подразумевает:

а) выезд на отдых жителей региона в другие страны;

б) стремление территорий получать валютную выручку;

в) организацию отдыха населения за рубежом;

г) пополнение налоговых поступлений от деятельности инициативных туроператоров.

18.Выездной форме международного туризма соответствует стремление региона-генератора:

а) выровнять экономическое состояние депрессивных районов за счет прибытий туристов;

б) увеличить занятость населения; в) реконструировать региональные объекты показа;

г) организовать отдых населения за рубежом.

19. Если возможности предприятий индустрии туризма соответствуют потребностям потенциальных клиентов, ситуация для развития туризма в регионе считается:

а) относительной;

б) абсолютной;

в) оптимальной;

г) благоприятной.

20. Качество ресурсов туристского центра, направления туристских потоков, сезонность производства туристских услуг относятся:

а) к международным особенностям туристского рынка;

б) национальным особенностям туристского рынка;

в) региональным особенностям туристского рынка;

г) глобальным особенностям туристского рынка.

21.Стандартные турпакеты с использованием чартерных авиарейсов в места массового туризма¬ продают:

а) специализированные операторы;

б) операторы массового рынка;

в) инициативные туроператоры;

г) рецептивные туроператоры.

22. Туроператоры, специализирующиеся на определенном виде туризма, транспорта, средств размещения или категории потребителя:

а) специализированные операторы;

б) операторы массового рынка;

в) инициативные туроператоры;

г) рецептивные туроператоры.

23. Турфирмы, отправляющие туристов за рубеж по договоренности с принимающими операторами:

а) специализированные операторы;

б) операторы массового рынка;

в) инициативные туроператоры;

г) рецептивные туроператоры.

24. Туроператоры в стране назначения, которые комплектуют туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживают прибывающих туристов:

а) специализированные операторы;

б) операторы массового рынка;

в) инициативные туроператоры;

г) рецептивные туроператоры.

25. Прибыль туроператора формируется:

а) из комиссионных за продажу собственного туристского продукта;

б) разницы между ценой покупки тур услуг и ценой продажи турпакета;

в) комиссионных за продажу чужого туристского продукта;

г) реализации дополнительных услуг.

26. Прибыль турагентства в основном формируется:

а) из комиссионных за продажу собственного туристского продукта;

б) разницы между ценой покупки тур услуг и ценой продажи турпакета;

в) комиссионных за продажу туристского продукта туроператора;

г) реализации дополнительных услуг.

27. Стандартные туры организуются и предлагаются:

а) по индивидуально выбранной клиентом программе;

б) в эксклюзивные места туризма и отдыха;

в) для небольшого количества туристов;

г) на популярных¬ массовых маршрутах.

28. Большую часть стоимости стандартных туров составляет:

а) оплата транспорта и размещения;

б) оплата питания;

в) экскурсионные услуги;

г) медицинские услуги.

29. Соответствие всех видов услуг одному уровню (классу) обслуживания, тематике тура, гибкость программ пребывания — это:

а) обоснованность обслуживания;

б) оптимальность обслуживания;

в) гостеприимство;

г) эффективность обслуживания.

30. Указание протяженности¬ и продолжительности всего маршрута, описание достопримечательностей¬ района путешествия, информацию об ограничениях содержит:

а) график загрузки туристского предприятия;

б) информационный листок к путевке туристского путешествия;

в) лист бронирования;

г) технологическая карта туристского путешествия.

31. Информация о туроператоре (продавце), о потребительских свойствах туристского продукта, сведения о туристе (покупателе) содержатся:

а) в информационном листе к турпутевке;

б) договоре с клиентами;

в) графике загрузки турфирмы;

г) прайс-листе (каталоге).

32. Претензии к качеству туристского продукта предъявляются туристом туроператору с момента окончания действия договора в письменной форме в течение:

а) 30 дней б) 20 дней в) 10 дней г) 60 дней.

33. Требования к качеству туристского продукта подлежат удовлетворению после получения претензии в течение:

а) 10 дней б) 20 дней в) 30 дней г) 60 дней.

34. Информация о технических данных автобуса, особенностях автодорог, придорожных пунктах питания, санитарных стоянках включается:

а) в турпутевку;

б) лист бронирования;

в) паспорт автобусного маршрута;

г) договор с клиентом.

35. Договора о квоте мест с гарантией заполнения, без гарантии заполнения, о твердой закупке мест с полной оплатой являются результатом взаимоотношений туроператора:

а) с экскурсионными фирмами;

б) автотранспортными предприятиями;

в) предприятиями общественного питания;

г) гостиничными предприятиями.

36. График туров с указанием мест назначения, сроки подачи заявок и выкупа авиабилетов, условия предоставления льготных тарифов содержатся:

а) в чартерном договоре;

б) агентском соглашении;

в) договоре на квоту мест на регулярных авиарейсах;

г) договоре с полной оплатой мест.

37. Если заказчик не несет никакой финансовой ответственности, но имеет право в заранее оговоренные сроки полностью или частично отказаться от своих мест — это:

а) жесткий блок мест:

б) мягкий блок мест;

в) комбинированный блок мест;

г) полумягкий блок мест.

38. Заказчик вносит предоплату, размер которой включает сумму стоимости двух парных рейсов, полная цена фиксирована на весь период действия чартера — это:

а) жесткий блок мест;

б) мягкий блок мест;

в) комбинированный блок мест;

г) полумягкий блок мест.

39. Питание и напитки в течение дня относится к варианту питания:

а) полный пансион — Full Board;

б) полупансион — Half Board;

в) только завтрак — Bed & Breakfast;

г) все включено — All inclusive.

40. Размещение и трехразовое питание относится к варианту питания:

а) полный пансион — Full Board;

б) полупансион — Half Board;

в) только завтрак — Bed & Breakfast;

г) все включено — All inclusive.

41. Размещение¬ и двухразовое питание относится к варианту питания:

а) полный пансион — Full Board;

б) полупансион — Half Board;

в) только завтрак — Bed & Breakfast;

г) все включено — All inclusive .

42. Размещение и завтрак относится к варианту питания:

а) полный пансион — Full Board;

б) полупансион — Half Board;

в) только завтрак — Bed & Breakfast;

г) все включено — All inclusive.

43. Свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню относится к форме обслуживания:

а) шведский стол;

б) «табльдот»;

в) «а ля карт»;

г) полупансион.

44. Общепринятой нормой является один бесплатный сопровождающий группы:

а) на 10 туристов:

б) 20 туристов:

в) 30 туристов;

г) 50 туристов.

45. Базовая комиссия на уровне минимального для отрасли размера предусматривается:

а) для стимулирования продажи несезонных туров;

б) на начальном этапе сотрудничества туроператора и турагента;

в) за превышение согласованного годового объема продажи туров;

г) за стабильность работы турагента.

46. Временно прибывающие в РФ иностранные граждане должны пройти регистрацию в территориальном органе:

а) министерстве внутренних дел;

б) федеральной миграционной службе;

в) паспортно-визовой службе;

г) транспортной прокуратуры.

47. Для въезда в Россию иностранным гражданам необходима медицинская страховка с минимальным покрытием:

а) $150 тыс.;

б) $15 тыс.;

в) $10 тыс.;

г) $75 тыс.

48. Способность турфирмы осуществлять все действия и выполнять обязательства, вытекающие из условий заключенной сделки:

а) кредитоспособность;

б) дееспособность;

в) конкурентоспособность;

г) правоспособность.

49. Meet-компании это:

а) инсайдинговые туроператоры;

б) флайтеры;

в) нон-флайтеры;

г) иностранные принимающие или инкаминговые туроператоры.

50. Флайтер это:

а) аутгоинговый туроператор, являющийся активным фрахтователем воздушных судов, принадлежащих местным авиа-компаниям;

б) аутгоинговые туроператоры, форма работы которых не подразумевает фрахт воздушных судов ни на каких условиях;

в) туроператор, который специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров, то есть путешествий граждан своей страны за ее пределы;

г) туроператор, который специализируется на разработке, продвижении и реализации внутреннего турпродукта- то есть туров по территории своей страны для своих сограждан.

**2.1.2. Вопросы для опроса:**

*Тема 2. Процесс производства национального туристического продукта*

2.1 Факторы национального туристического производства.

2.2 Туристические ресурсы.

2.3 Средства производства туристического продукта.

2.4 Инфраструктура туризма.

2.5 Технологии производства туристического продукта

*Тема 7.Обеспечение визовой поддержки иностранных туристов со стороны отечественных операторов*

7.1 Референс-номер.

7.2 Виды виз. Транзитный проезд. Визовый режим.

7.3 Формирование внешнеторговых цен на российский туристский продукт.

7.4 Условия расчетов, аннуляции забронированных туров, ответственность сторон за соблюдение условий контракта.

7.5 Схема распределения въездных туристических потоков по территории РФ.

7.6 Въездные деловые туры и требования к их организации.

7.7 Событийные туры в РФ.

**Оценивание выполнения опроса**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***4-балльная***  ***шкала*** | ***Показатели*** | ***Критерии*** |
| *Отлично/зачтено* | 1. Полнота выполнения; 2. Своевременность выполнения; 3. Правильность ответов на вопросы; 4. Самостоятельность выполнения | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос |
| *Хорошо/зачтено* | Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др. |
| *Удовлетворительно/*  *зачтено* | Дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст ответа со стилистическими и орфоэпическими ошибками. |
| *Неудовлетворительно /не зачтено* | На поставленные вопросы ответ отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях). |

**2.3. Задания практико-ориентированного и/или исследовательского уровня**

**Подготовка доклада-презентации очная/заочная форма обучения**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Раздел программы | Форма  работы | Самостоятельная работа в часах |
| Тема 3.  Основные туристские поставщики инкаминговых туроператоров и особенности их услуг  Тема 4. Особенности аутгоинга (формирование выездных туров). Экономическая эффективность выездного туризма.  Тема 6  Формы сотрудничества туроператоров и зарубежных гостиничных предприятий. | Доклад-презентация  Доклад-презентация  Доклад-презентация | 4 часа  4 часа  4 часа |

**Темы для докладов-презентаций**

Тема 3. Основные туристские поставщики инкаминговых туроператоров и особенности их услуг.

В процессе самостоятельной работы студентам необходимо подготовить доклад-презентацию на тему:

1. Взаимоотношения туроператоров с зарубежными представителями.

2. Система взаимоотношений между основными субъектами операций международного туризма.

3. Переговоры с поставщиками услуг.

4. Заключение договоров с поставщиками услуг.

5. Договор между туроператорами.

6. Договор с гостиничным предприятием.

7. Договор с предприятием питания.

8. Договор с авиакомпанией.

9. Информационный листок к путевке туристского путешествия.

Тема 4. Особенности аутгоинга (формирование выездных туров). Экономическая эффективность выездного туризма.

В процессе самостоятельной работы студентам необходимо подготовить доклад на тему:

1. Позитивные и негативные стороны выездного туризма с точки зрения экономики стран. Опыт индустриально развитых стран.

2. Государственное регулирование выездных туристских потоков, их роль и значение.

«Эгоистическая» модель выездного туризма.

Тема 5. Технологии организации выездных туров

В процессе самостоятельной работы студентам необходимо подготовить групповое сообщение (группы 2-3 человека) на одну из следующих тем:

1. Выездной туризма как наиболее сложный и капиталоёмкий вид туроперейтинга.

2. Прямые и косвенные факторы, осложняющие выездной туризм по сравнению с другими видами туроперейтинга.

Тема 6. Формы сотрудничества туроператоров и зарубежных гостиничных предприятий

В процессе самостоятельной работы студентам необходимо подготовить групповое практическое задание (группы 2-3 человека) на тему «Сотрудничество турооператоров и иностранных партнёров».

Содержание:

1. Формы работы с иностранными партнёрами. Квотирование и его разновидности.

2. Осуществление расчёта между сторонами.

3. Услуги, оказываемые meet-компаниями. Права и обязанности сторон.

4. Разработка пакета договорного сопровождения тура.

Тема 7. Обеспечение визовой поддержки иностранных туристов со стороны отечественных операторов

В процессе самостоятельной работы студентам необходимо подготовить доклад на тему:

1. Взаимоотношения с предприятиями гостиничной индустрии. Классификация и категорийность средств размещения с учётом специфики той или иной страны.

2. Формы сотрудничества. Разовые заявки, комитмент, элотмент, безотзывное бронирование, повышенная комиссия, приоритетное бронирование.

3. Аренда гостиничного предприятия, апартаментов, др. средств размещения.

4. Взаимоотношения с предприятиями индустрии питания. Организация питания в гостинице, отеле и т.д.

Цель выполнения задания: задание ориентировано на совершенствование умений самостоятельно работать с литературой в области географии туризма, формирование навыков исследовательской деятельности, развитие профессиональных качеств речи будущего специалиста.

*Требования к оформлению доклада*

Доклад - расширенное устное сообщение (10-15 мин.), на основе совокупности ранее опубликованных исследовательских, научных и опытно-экспериментальных работ, имеющих большое значение для теории науки и практического применения, представляет собой обобщённое изложение результатов проведённых исследований, экспериментов и разработок, известных широкому кругу специалистов в отрасли научных знаний.

Работать над докладом рекомендуется в следующей последовательности:

•глубоко изучить рекомендованную литературу по данному вопросу;

• критически оценивать привлекаемую для доклада научную литературу,

подумать над правильностью и доказательностью выдвигаемых автором тех или иных положений;

• хорошо продумать и составить подробный план доклада;

• сопоставить рассматриваемые в изученных работах положения, факты, выделить в них общее и особенное, обобщить изученный материал в соответствии с намеченным планом доклада;

• тщательно продумать правильность изложенного в докладе того или иного положения, систематизировать аргументы в его защиту или против неправильных суждений;

• сделать необходимые ссылки на использованную в докладе литературу, другие источники;

• подготовить презентацию или иллюстрации на тему доклада.

**Критерии оценки доклада-презентации**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***4-балльная***  ***шкала*** | ***Показатели*** | ***Критерии*** |
| *Отлично/зачтено* | 1.Соответствие содержания доклада заявленной теме;  2. Степень раскрытия темы;  3. Умение доступно и понятно передать содержание доклада в виде презентации;  4. Ответы на вопросы  5. Точность изложения, свободное владение материалом, культура речи, умение привлечь внимание аудитории, лаконичность.  6. Актуальность источников информации. | Содержание доклада полностью соответствует заявленной теме и в полной мере ее раскрывает, материал изложен логично и доступно, на основе представленной презентации формируется полное понимание тематики исследования, раскрыты детали, все источники информации актуальны, ответы на вопросы исчерпывающие, аргументированные, корректные, выступление докладчика соответствует пункту 5 (показатели). |
| *Хорошо/зачтено* | Содержание доклада за исключением отдельных моментов соответствует заявленной теме но раскрывает ее не в полном объеме, в отдельных случаях нарушена логика изложения материала, на основе представленной презентации формируется общее понимание тематики исследования, но неясны детали, все источники информации актуальны, ответы не на все вопросы исчерпывающие, аргументированные, корректные, выступление докладчика большей частью соответствует пункту 5 (показатели). |
| *Удовлетворительно/*  *зачтено* | Содержание доклада лишь частично соответствует заявленной теме, раскрыта малая часть темы, поиск информации проведен поверхностно, в изложении материала отсутствует последовательность, логика и доступность, на основе представленной презентации не понятна тематика исследования, не раскрыты детали, источники информации выбраны формально и не актуальны, ответов на вопросы не было, выступление докладчика лишь частично соответствует пункту 5 (показатели). |
| *Неудовлетворительно /не зачтено* | Содержание доклада не соответствует заявленной теме, тема не раскрыта, поиск информации проведен поверхностно, в изложении материала отсутствует последовательность, логика и доступность, на основе представленной презентации не понятна тематика исследования, не раскрыты детали, источники информации выбраны формально и не актуальны, ответов на вопросы не было, выступление докладчика лишь не соответствует пункту 5 (показатели). |

**2.4. Промежуточная аттестация в форме экзамена**

Экзамен является итоговой оценкой полученных знаний студентом. Студентам заранее выдается перечень вопросов для самостоятельной подготовки, состоящий из 60 вопросов. Во время зачета студент вытягивает один билет, состоящий из 2 вопросов. Далее следует самостоятельная подготовка к ответу, без использования дополнительной литературы или сети Интернет. Время для подготовки – 15 минут. После подготовки следует устный ответ на данные вопросы. Время ответа 5 минут на один вопрос и 5 минут на второй. При необходимости, преподавателем могут быть задано до двух дополнительных вопросов.

1. Отличительные черты инкаминга как вида туристской деятельности.
2. Этапы развития российского въездного туризма.
3. Система государственного регулирования внутреннего туризма.
4. Функции государства в сфере регулирования туристской деятельности.
5. Ресурсы, материальная база туризма в регионах России.
6. Потребительский рынок российского туристского продукта.
7. Система показателей развития туризма.
8. Основные направления деятельности в области развития туризма в Российской Федерации.
9. Производство национального туристского продукта.
10. Управление национальным туристским продуктом.
11. Продвижение и продажу национального туристского продукта непосредственным его потребителям.
12. Основные туристские поставщики инкаминговых туроператоров и особенности их услуг: услуга гостиничного предприятия, транспортная организация, предприятия общественного питания.
13. Основные туристские поставщики инкаминговых туроператоров и особенности их услуг: экскурсионные бюро, анимация, страхование иностранных туристов формирование выездных туров.
14. Сложность аутгоинга.
15. Классификация международных туроператоров.
16. Экономическая эффективность выездного туризма.
17. Особенности аутгоинга как вида деятельности на туристском рынке
18. Прямая (презентативная) организация туров.
19. Опосредованная (репрезентативная) организация зарубежных турпоездок преимущество работы аутгоингового оператора с зарубежными meet-компаниями
20. Характеристики деятельности российского аутгоинг-туроператора.
21. Услуги meet-компаний.
22. Формы сотрудничества туроператоров и зарубежных гостиничных предприятий.
23. Покупка блока мест на условиях комитмента.
24. Покупка блока мест на условиях элотмента.
25. Работа на условиях безотзывного бронирования.
26. Работа на условиях повышенной комиссии.
27. Работа на условиях приоритетного бронирования.
28. Роль гида-переводчика и организаторов экскурсий.
29. Страхование российских туристов, выезжающих за рубеж.
30. Договор как основа взаимоотношений туроператора и страховой компании.
31. Понятие въездного туризма, его признаки и функции.
32. Въездной туризм как явление и как процесс.
33. Процесс производства национального туристического продукта.
34. Факторы национального туристического производства. Туристические ресурсы.
35. Средства производства туристического продукта.
36. Инфраструктура туризма. Технологии производства туристического продукта.
37. Абсолютные и относительные преимущества стран в производстве туристического продукта.
38. Теория Хекшера-Олина и производство туристического продукта.
39. Современная интерпретация теории жизненного цикла туристического продукта.
40. Сезонность туристических потоков.
41. Культурный, социальный, политический эффект развития международного въездного туризма.
42. Негативное воздействие въездного международного туризма на экономику принимающего государства.
43. Политический, социальный и культурный дефекты въездного туризма.
44. Экзогенные факторы и их влияние на уровень въездного туризма.
45. Зависимость стратегического развития страны от туристического продукта.
46. Исторические формы въездного международного туризма в России.
47. Национальная индустрия въездного туризма, ее структура и особенности функционирования
48. Современное состояние въездного туризма в РФ. Статистика отечественного въездного туризма.
49. Положительное воздействие въездного туризма на экономику России.
50. Схема распределения въездных туристических потоков по территории РФ.
51. Трудовые ресурсы туристической деятельности.
52. Туристическая услуга и туристический продукт. Условия сотрудничества в туроперейтинге: бронирование, оплата, бартер.
53. Программа въездного тура: структура, назначение, рекомендации по составлению.
54. Оценка туристско-рекреационного ресурса территорий РФ. Характеристика туристских зон.
55. Стратегии развития въездных туристических потоков в России.
56. Перспективы развития въездного туризма в Тюменской области.
57. Стратегия развития въездного и внутреннего туризма в Тюменской области. Виды туризма. Состояние индустрии гостеприимства в Тюменской области.
58. Государственное регулирование въездного туризма.
59. Инкаминг — разработка и продвижение национального туристического продукта на зарубежных туристических рынках.
60. Технология экспортного производства национального туристического продукта.

**Оценивание ответа на экзамене**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *4-балльная шкала* | *Показатели* | *Критерии* |
| *Отлично* | 1. Полнота ответа, последовательность и логика изложения; 2. Правильность ответа, его соответствие формируемым компетенциям; 3. Действенность знаний, способность студента аргументировать свой ответ и приводить примеры; 4. Осознанность излагаемого материала; 5. Соответствие нормам культуры речи; 6. Самостоятельность 7. Качество ответов на вопросы | Ставится в том случае, когда студент обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный и правильный на основании изученного материала. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Студент уверенно отвечает на дополнительные вопросы. |
| *Хорошо* | Ставится в том случае, когда студент обнаруживает полное знание учебного материала, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине. Ответ полный и правильный, подтвержден примерами; но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены 2-3 несущественные погрешности, исправленные по требованию экзаменатора. Студент испытывает незначительные трудности в ответах на дополнительные вопросы. Материал изложен осознанно, самостоятельно, с использованием современных научных терминов, литературным языком. |
| *Удовлетворительно* | ставится в том случае, когда студент обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, но допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный характер. Студент испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно. |
| *Неудовлетворительно* | Выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине. При ответе обнаружено непонимание студентом основного содержания теоретического материала или допущен ряд существенных ошибок, которые студент не может исправить при наводящих вопросах экзаменатора, затрудняется в ответах на вопросы. Студент подменил научное обоснование проблем рассуждением бытового плана. Ответ носит поверхностный характер; наблюдаются неточности в использовании научной терминологии. |

***Основная литература***

1. Технологии и организация въездного и выездного туризма : учеб. пособие / Алтайский государственный университет ; сост.: В.А. Быкова, Н.Г. Прудникова, В.В. Пуричи. – Барнаул : АлтГУ, 2019. – 1 СD-R (1 Мб). – № гос. регистрации 0321903985. – Текст : электронный. **URI:**<http://elibrary.asu.ru/handle/asu/8465>

2. Алексеева Н.П. Туризм: учебное пособие.- М.: ФЛИНТА, 2017.- ISBN: 978-5-9765-1314-3//ЭБС: lanbook.com; режим доступа – свободный

***Дополнительная литература***

1. Зайцева, А.И. Туристские формальности : учебное пособие / А.И. Зайцева, Р.С. Селезенев. — Кемерово : КемГУ, 2019. — 146 с. — ISBN 978-5-8353-2401-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/125462 (дата обращения: 08.03.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Рукомойникова, В.П. Реклама в туризме : учебное пособие / В.П. Рукомойникова. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. — 104 с. — ISBN 978-5-8158-1864-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/98190 (дата обращения: 08.03.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Лысикова, О.В. Операционный менеджмент туризма : учебное пособие / О.В. Лысикова, А.В. Фоменко. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 96 с. — ISBN 978-5-89349-865-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/122649 (дата обращения: 08.03.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Блиновская, Я.Ю. Информационные технологии в туризме : учебное пособие / Я.Ю. Блиновская, В.Н. Бочарников, Е.Г. Лаврушина. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2019. — 358 с. — ISBN 978-5-9765-0251-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/119304 (дата обращения: 08.03.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Организация туристской деятельности : учебник / А.Б. Косолапов. — Москва : КНОРУС, 2018. — 304 с. — (Бакалавриат). ISBN 978-5-406-05351-5

***7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».***

***Доступ в ЭБС:***

- ЛАНЬ Договор с ООО «Издательство Лань» Режим доступа [www.e.lanbook.com](http://www.e.lanbook.com) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

- ЭБС ЮРАЙТ, Режим доступа [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

- ООО НЭБ Режим доступа [www.eLIBRARY.ru](http://www.eLIBRARY.ru) Неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

Разработано в соответствии с требованиями ФГОС ВО

Составитель: доктор культурологии, кандидат педагогических наук, профессор, зав. кафедрой управления и экономики культуры Григорьева Е.И.

Рассмотрено на заседании кафедры *управления и экономики культуры*

*Протокол № 1 02.09.2024*