

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цыбиква Балкото Баторович
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.09.2024 15:30:53
Уникальный программный ключ:
056af948c3e48c6f3c571e429957a8ae7b757ae8

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Бурятская государственная сельскохозяйственная академия
имени В.Р. Филиппова»**

Экономический факультет

СОГЛАСОВАНО
Заведующий
выпускающей кафедрой
Социально-гуманитарные
науки, реклама и туризм

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического
факультета

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

дисциплины (модуля)

**Б1.О.11 Экономика туризма
Направление подготовки
43.03.02 Туризм**

Направленность (профиль)

**Технология и организация экскурсионных услуг
бакалавр**

Обеспечивающая
преподавание дисциплины
кафедра
Разработчик (и)

Экономика и организация АПК

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Внутренние эксперты:
Председатель методической
комиссии экономического
факультета

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Заведующий методическим
кабинетом УМУ

подпись

И.О.Фамилия

Улан – Удэ, 2023

ВВЕДЕНИЕ

1. Оценочные материалы по дисциплине является обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины (модуля) и представлены в виде оценочных средств.
2. Оценочные материалы является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины (модуля).
3. При помощи оценочных материалов осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины.
4. Оценочные материалы по дисциплине включает в себя:
 - оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины.
 - оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО;
 - оценочные средства, применяемые для текущего контроля;
5. Разработчиками оценочных материалов по дисциплине являются преподаватели кафедры, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины в Академии. Содержательной основой для разработки оценочных материалов является Рабочая программа дисциплины.

1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ учебной дисциплины (модуля)

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1		2	3	4	5
Общепрофессиональные компетенции					
ОПК-5	Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ИД опк-5.1. Определяет, анализирует, оценивает производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы.	знает и понимает производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы.	умеет определять производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	владеет способностью анализировать и оценивать производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы
		ИД опк-5.2. Принимает экономически обоснованные управленческие решения	знает и понимает методику принятия экономически обоснованных управленческих решений	умеет использовать методику принятия экономически обоснованных управленческих решений	владеет способностью принимать экономически обоснованные управленческие решения
		ИД опк-5.3. Обеспечивает экономическую эффективность туристского предприятия	знает и понимает показатели экономической эффективности туристского предприятия	умеет рассчитывать показатели экономической эффективности туристского предприятия	владеет способностью обеспечивать экономическую эффективность туристского предприятия

**2. РЕЕСТР
элементов оценочных материалов по дисциплине (модулю)**

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент
	Наименование
1	2
1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	Перечень экзаменационных вопросов
	Критерии оценки к экзамену
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов (ВАРО)	Перечень примерных тем курсовых работ
	Критерии оценки
3. Средства для текущего контроля	Контрольные вопросы для проведения устных опросов Критерии оценивания Шкала оценивания
	Ситуационные задачи Критерии оценивания Шкала оценивания
	Деловая игра Критерии оценивания Шкала оценивания
	Кейс-задачи Критерии оценивания Шкала оценивания
	Комплект тестовых заданий Критерии оценивания Шкала оценивания

3. Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций в рамках дисциплины (модуля) / практики

Код и название компетенции	Код индикатора достижений компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				2	3	4	5	
				Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»	
				Характеристика сформированности компетенции				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Критерии оценивания								
ОПК-5 Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ИД _{опк-5.1}	Полнота знаний	Знает организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности	не знает производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	знает частично производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	знает хорошо производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	знает в совершенстве производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	Перечень экзаменационных вопросов Перечень примерных тем курсовых работ Контрольные вопросы для проведения устных опросов Ситуационные задачи Кейс-задачи Деловая игра Комплект тестовых заданий Выполнение и защита курсовой работы
		Наличие умений	Умеет выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии, разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению,	не умеет умеет определять производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	умеет частично определять производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	умеет хорошо определять производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	умеет в совершенстве определять производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	

			оценивать воздействие туристской индустрии на экономику страны, региона					
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками анализа эффективности функционирования предприятий туристской индустрии, формирования ценовой стратегии туристской фирмы с учетом конъюнктуры туристского рынка в регионе	не владеет способностью анализировать и оценивать производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	владеет частично способностью анализировать и оценивать производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	владеет хорошо способностью анализировать и оценивать производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	владеет в совершенстве способностью анализировать и оценивать производственно-экономические показатели предприятий туристской сферы	
	ИД опк-5.2.	Полнота знаний	Знает организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности; понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности	не знает и понимает методику принятия экономически обоснованных управленческих решений	знает частично методику принятия экономически обоснованных управленческих решений	знает хорошо методику принятия экономически обоснованных управленческих решений	знает в полном объеме методику принятия экономически обоснованных управленческих решений	
		Наличие умений	Умеет выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской	не умеет использовать методику принятия экономически обоснованных управленческих	умеет частично использовать методику принятия экономически обоснованных управленческих решений	умеет хорошо использовать методику принятия экономически обоснованных	умеет в полном объеме использовать методику принятия экономически обоснованных	

			индустрии, разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению, оценивать воздействие туристской индустрии на экономику страны, региона	решений		управленческих решений	управленческих решений	
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками анализа эффективности функционирования предприятий туристской индустрии, формирования ценовой стратегии туристской фирмы с учетом конъюнктуры туристского рынка в регионе	не владеет способностью принимать экономически обоснованные управленческие решения	владеет частично способностью принимать экономически обоснованные управленческие решения	владеет хорошо способностью принимать экономически обоснованные управленческие решения	владеет в полном объеме способностью принимать экономически обоснованные управленческие решения	
ИД опк-5.3.	Полнота знаний	Знает организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности; понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности	не знает и не понимает показатели экономической эффективности туристского предприятия	знает частично показатели экономической эффективности туристского предприятия	знает хорошо показатели экономической эффективности туристского предприятия	знает в полном объеме показатели экономической эффективности туристского предприятия		

		Наличие умений	Умеет выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии, разрабатывать меры по их предупреждению и преодолению, оценивать воздействие туристской индустрии на экономику страны, региона	не умеет рассчитывать показатели экономической эффективности туристского предприятия	умеет частично рассчитывать показатели экономической эффективности туристского предприятия	умеет хорошо рассчитывать показатели экономической эффективности туристского предприятия	умеет в полном объеме рассчитывать показатели экономической эффективности туристского предприятия	
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками анализа эффективности функционирования предприятий туристской индустрии, формирования ценовой стратегии туристской фирмы с учетом конъюнктуры туристского рынка в регионе	не владеет способностью обеспечивать экономическую эффективность туристского предприятия	владеет частично способностью обеспечивать экономическую эффективность туристского предприятия	владеет хорошо способностью обеспечивать экономическую эффективность туристского предприятия	владеет в полном объеме способностью обеспечивать экономическую эффективность туристского предприятия	

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

4.1. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

4.1.1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины

Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины: Б1.О.11 Экономика туризма	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА»	
. Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины (модуля)	
1	2
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей обучения по данной дисциплине, изложенных в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	экзамен
Место экзамена в графике учебного процесса:	подготовка к экзамену и сдача экзамена осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на экзаменационную сессию для обучающихся, сроки которой устанавливаются приказом по академии
Форма экзамена -	устный
Процедура проведения экзамена -	представлена в оценочных материалах по дисциплине
Экзаменационная программа по учебной дисциплине:	1) представлена в оценочных материалах по дисциплине 2) охватывает разделы (в соответствии с п. 4.1 настоящего документа)
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	представлены в оценочных материалах по дисциплине

Перечень экзаменационных вопросов

1. Введение в экономику туризма. (ОПК-5)
2. Туризм как отрасль экономики и отраслевая классификация. (ОПК-5)
3. Межотраслевой баланс как инструмент изучения межотраслевых связей туризма. (ОПК-5)
4. Индустрия туризма и определение ее конъюнктуры. (ОПК-5)
5. Условия формирования отрасли туризма. (ОПК-5)
6. Факторы формирования отрасли туризма. (ОПК-5)
7. Условия функционирования отрасли туризма. (ОПК-5)
8. Развитие отрасли туризма: темпы и факторы. (ОПК-5)
9. Экономическая сущность результата деятельности отрасли туризма. (ОПК-5)
10. Специализация и кооперация в отрасли туризма. (ОПК-5)
11. Концентрация производства в отрасли туризма. (ОПК-5)
12. Территориальное размещение предприятий отрасли туризма. (ОПК-5)
13. Спрос в туризме. (ОПК-5)
14. Поведение потребителя комплексной туристической услуги. (ОПК-5)
15. Детерминанты туристического спроса. (ОПК-5)
16. Статистика международного и внутреннего туризма. (ОПК-5)
17. Туристическая дестинация. (ОПК-5)
18. Социально-культурное и экологическое воздействие туризма. (ОПК-5)
19. Воздействие туризма на национальную экономику. (ОПК-5)
20. Планирование развития отрасли туризма. (ОПК-5)
21. Ресурсы отрасли туризма. (ОПК-5)
22. Эффективность использования туристических ресурсов. (ОПК-5)
23. Инвестиции в туризме. (ОПК-5)
24. Инвестиционные планы и программы развития туризма. (ОПК-5)
25. Основные принципы обеспечения устойчивого функционирования и развития отрасли туризма. (ОПК-5)
26. Разработка и экономическое обоснование региональных программ развития туризма. (ОПК-5)
27. Основные и оборотные фонды, нематериальные активы туристических организаций. (ОПК-5)
28. Себестоимость туристических услуг. (ОПК-5)
29. Ценообразование в туризме. (ОПК-5)
30. Экономический анализ деятельности туристических организаций. (ОПК-5)
31. Развитие международного и особенности российского туризма на современном этапе. (ОПК-5)

4.1.2. Средства

для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО

**4.1.2.1. Выполнение и защита (сдача) курсового проекта (работы) по дисциплине (модулю)
Место КП (КР) в структуре учебной дисциплины**

Разделы дисциплины, освоение которых обучающимися сопровождается или завершается выполнением КП (КР)		Компетенции, формирование/развитие которых обеспечивается в ходе выполнения и защиты (сдачи) КП (КР)
№	Наименование	
1	2	3
1	Введение в экономику туризма	ОПК-5
2	Факторы формирования туристской отрасли	ОПК-5
3	Индустрия туризма и определение ее конъюнктуры	ОПК-5
4	Экономический анализ деятельности туристских организаций	ОПК-5
5	Инвестиции в туризме	ОПК-5
6	Разработка и экономическое обоснование региональных программ развития	ОПК-5
7	Развитие международного туризма	ОПК-5

Перечень примерных тем курсовых работ

1. Современное состояние мирового туризма. Генезис туризма и его роль в современном мире.
2. Классификация факторов, оказывающих влияние на развитие мирового туризма.
3. Теория абсолютного и относительного преимущества и ее влияние на экономику международного туризма.
4. Развитие международного туризма в интерпретации теории соотношения факторов.
5. Экономические теории развития мировой торговли и международного туризма.
6. Интерпретация теории жизненного цикла туристского продукта в мировом туристском пространстве.
7. Теория подобиия стран и ее роль в развитии мирового регионального туризма.
8. Влияние природных и историко-культурных ресурсов на развитие туризма стран мира.
9. Капитал как один из факторов развития мирового туризма
10. Значение трудовых ресурсов в мировом туристском бизнесе
11. Измерение экономического воздействия туризма на экономику стран мира.
12. Воздействие туризма на национальный бюджет и на платежный баланс страны (по выбору).
13. Экологическое и социально-культурное воздействие туризма на экономику страны (по выбору).
14. Основные направления развития и совершенствования статистики международного туризма.
15. География туризма с целью отдыха и развлечений.
16. География делового, лечебно-оздоровительного и религиозного туризма.
17. Анализ направлений мировых туристских потоков.
18. Современное состояние индустрии международного туризма.
19. Индустрия международного туризма: гостиничное хозяйство, ресторанные цепи, воздушный транспорт, круизный отдых, посредники.
20. Современная тенденция развития мирового туризма. Перспективы развития международных туристских обменов.
21. Транснациональные компании на рынке международного туризма. Влияние туристских ТНК на национальную экономику. Процессы глобализации в мировом туризме.
22. Роль и место Российской Федерации в международной политике туризма.
23. Сущность процедуры планирования в рамках экономической деятельности туристского предприятия.
24. Система планов туристского предприятия в целом и в разрезе его составных частей.
25. Значение производственной программы в системе планов туристского предприятия.
26. Финансовая деятельность в составе экономической деятельности туристского предприятия.
27. Критический объем деятельности для туроператорских и турагентских предприятий.
28. Кругооборот денежных потоков туристского предприятия.
29. Сравнительная характеристика производственного и финансового учета в туристской организации.
30. Характеристика сущности аналитической деятельности на туристском предприятии.
31. Общие условия проведения экономического анализа деятельности туристского предприятия.
32. Состав баланса туристского предприятия

**Примерный обобщенный план-график курсового проектирования
(выполнения курсовой работы) по дисциплине**

Наименование этапа выполнения курсового проекта (работы). Основные обобщенные вопросы,	Расчетная трудоемкость, час.	Примечание
---	---------------------------------	------------

решаемые на этапе		
1	2	3
1. Подготовительный этап	4	
1.1 Работа с литературой, нормативно-правовой базой	2	
1.2 Работа с информационной базой и статистическими данными	2	
2. Разработка темы работы (основной этап)	8	
2.1 Подготовка аналитической базы	4	
2.2 Анализ и выявление проблем	4	
3. Заключительный этап	8	
3.1 Разработка мероприятий по совершенствованию направлений развития рассматриваемой проблемы	4	
3.2 Выводы и оформление работы		
3.2 Подготовка к защите	2	
3.3 Защита курсовой работы	2	
Итого на выполнение курсовой работы	20	

Процедура защиты (сдачи) курсового проекта (курсовой работы)

Процедура защиты (сдачи) курсового проекта (курсовой работы) и оценочные средства для самооценки и оценки, критерии оценки результатов его выполнения.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

5.1. Критерии оценки к экзамену

Оценка «отлично» (86-100 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему систематические и глубокие знания учебно-программного материала, умения свободно выполнять задания, предусмотренные программой в типовой ситуации (с ограничением времени) и в нетиповой ситуации, знакомство с основной и дополнительной литературой, усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины в их значении приобретаемой специальности и проявившему творческие способности и самостоятельность в приобретении знаний. Студент исчерпывающим образом ответил на вопросы экзаменационного билета. Задача решена правильно, студент способен обосновать выбранный способ и пояснить ход решения задачи.

Оценка «хорошо» (71-85 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешное выполнение заданий, предусмотренных программой в типовой ситуации (с ограничением времени), усвоение материалов основной литературы, рекомендованной в программе, способность к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей работы над литературой и в профессиональной деятельности. При ответе на вопросы экзаменационного билета студентом допущены несущественные ошибки. Задача решена правильно или ее решение содержало несущественную ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора.

Оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, достаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, знакомство с основной литературой, рекомендованной программой, умение выполнять задания, предусмотренные программой. При ответе на экзаменационные вопросы и при выполнении экзаменационных заданий обучающийся допускает погрешности, но обладает необходимыми знаниями для устранения ошибок под руководством преподавателя. Решение задачи содержит ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора.

Оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, слабые побуждения к самостоятельной работе над рекомендованной основной литературой. Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании академии без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

5.3. Критерии оценки к курсовой работе

оценка «отлично» (86-100 баллов) - выставляется обучающемуся, если работа выполнена самостоятельно в соответствии с заданием и в полном объеме, полученные результаты интерпретированы применительно к исследуемому объекту, основные положения работы освещены в докладе, ответы на вопросы удовлетворяют членов комиссии, качество оформления пояснительной записки и иллюстративных материалов отвечает предъявляемым требованиям;

оценка «хорошо» (71-85 баллов) - основанием для снижения оценки может служить нечеткое представление сущности и результатов исследований на защите, или затруднения при ответах на

вопросы, или недостаточный уровень качества оформления текстовой части и иллюстративных материалов, или отсутствие последних;

оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов) - дополнительное снижение оценки может быть вызвано выполнением работы не в полном объеме, или неспособностью студента правильно интерпретировать полученные результаты, или неверными ответами на вопросы по существу проделанной работы;

оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов) - выставление этой оценки осуществляется при несамостоятельном выполнении работы, или при неспособностях студента пояснить ее основные положения, или в случае фальсификации результатов, или установленного плагиата.

6. Оценочные материалы для организации текущего контроля успеваемости обучающихся

Форма, система оценивания, порядок проведения и организация *текущего контроля успеваемости* обучающихся устанавливаются Положением об организации текущего контроля успеваемости обучающихся.

Контрольные вопросы для проведения устных опросов

1. Основные фонды предприятия: понятие, виды, амортизация.
2. Оборотные средства предприятия, состав, структура, источники формирования.
3. Показатели эффективности использования основных средств предприятия.
4. Анализ рентабельности и деловой активности предприятия.
5. Налоговое регулирование: основные понятия, виды налогов, особенности налогообложения в зависимости от системы налогового учета.
6. Затраты предприятия и калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг).
7. Организация продаж туристского продукта. Каналы сбыта.
8. Формы и системы оплаты труда на предприятии. Взаимосвязь между производительностью труда и заработной платой.
9. Производительность труда: понятие, факторы влияния и показатели оценки.
10. Прибыль предприятия: экономическая сущность, функции и виды.
11. Экономическая эффективность деятельности предприятия: понятие, критерии и показатели оценки.
12. Финансы предприятия: понятие, функции и роль.
13. Финансовая политика государства. Особенности финансовой политики в сфере туризма.
14. Инвестиционные ресурсы предприятия.
15. Финансовый контроль деятельности предприятия.
16. Расчет емкости рынка и формирование программы сбыта товаров и услуг предприятий туризма и гостеприимства при разработке бизнес-плана.
17. Кредит: понятие, основные принципы и виды кредита.
18. Анализ эффективности капитальных вложений и финансовые основы инвестиционного анализа.
19. Производственное и организационное планирование деятельности предприятий туризма и гостеприимства.
20. Учет неопределенности и риска при оценке эффективности инвестиционных проектов.
21. Планирование прибыли и денежных потоков при разработке бизнес-плана предприятий туризма и гостеприимства.
22. Роль инвестиций в увеличении рыночной стоимости (ценности) предприятия.
23. Методы финансирования инвестиционных проектов.
24. Бюджет: понятие и виды. Современная бюджетная система Российской Федерации.
25. Формирование и использование финансовых ресурсов предприятия.
26. Методы изучения затрат рабочего времени на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства.
27. Анализ финансовой устойчивости предприятия.
28. Анализ ликвидности предприятия.
29. Анализ эффективности использования оборотных средств.
30. Финансово-экономические аспекты деятельности туроператорской фирмы: финансовая схема работы, методы ценообразования, калькуляция цены тура.
31. Сущность, функции и виды управления на предприятии.
32. Туризм как объект управления: специфические особенности и функции управления в туризме.
33. Организационная структура управления: сущность, типы.
34. Управление качеством гостиничной услуги.
35. Кадровое и документационное обеспечение системы управления персоналом.
36. Роль персонала в формировании конкурентоспособности предприятия.
37. Управленческое решение: сущность, функции и современные требования.

38. Система законодательного и нормативно-правового регулирования туристской деятельности в Российской Федерации.
39. Анализ внутренней среды предприятия при разработке бизнес-плана.
40. Система управления качеством: понятие, ресурсы, эффективность.
41. Управление деловой карьерой персонала на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства.
42. Содержание бизнес-планирования: сущность, функции, цели и задачи.
43. Маркетинговая информация: сущность, виды, источники, процедура отбора.
44. Методические основы маркетинговых исследований и анализа рынка.
45. Принципы формирования туристского продукта.
46. Понятие бронирования в гостиничном предприятии: виды, методы.
47. Оценка конкурентоспособности предприятия при разработке бизнес-плана предприятия туризма.
48. Методика разработки плана маркетинга при планировании туристских бизнес-систем.
49. Методы управления гостиничными предприятиями: гостиничные цепи, франчайзинг, контракт на управление, независимые гостиницы.
50. Организационно-правовая и организационно-экономическая формы предприятия: понятия, виды, влияние на финансовую деятельность.
51. Участие туристской фирмы в выставочной деятельности: особенности организации и эффективность.
52. Стратегическое планирование предприятия туризма и гостиничного хозяйства.
53. Современная концепция маркетинга. Место и роль маркетинга в индустрии туризма.
54. Анализ затрат на производство и реализацию продукции и услуг. Операционный анализ.
55. Мотивация в туризме: мотивация потребителей, мотивация трудовых отношений.
56. Служба маркетинга на предприятиях туризма и гостеприимства: роль, функции, виды организационных структур.
57. Система маркетингового контроля и аудита на туристском предприятии.
58. Характеристика системы маркетинговых коммуникаций: цели и задачи, инструменты.
59. Сегментирование: принципы, цели и задачи.
60. Планирование рекламной кампании. Взаимосвязь маркетинговой и рекламной стратегии фирмы.
61. Сделки: правовая сущность, классификация и отличительные особенности сделок в туризме.
62. Цикл гостиничного обслуживания. Структура и функции подразделения приема и размещения.
63. Туристский рынок: сущность и субъекты
64. Социально-экономическое воздействие международного туризма на регион (страну).
65. Регламентация взаимоотношений между гостиничным предприятием и потребителем гостиничной услуги.
66. Современное состояние и тенденции развития международного туристского рынка.
67. Система сертификации средств размещения в Российской Федерации.
68. Классификация и характеристика рекламных средств на предприятиях туризма.
69. Международный туризм в Российской Федерации: анализ въездных и выездных потоков и факторов, определяющих их динамику.
70. Корпоративная культура как элемент внутреннего имиджа гостиничного предприятия: сущность, задачи, элементы.
71. Комплекс безопасности гостиничного предприятия: структура, требования по обеспечению безопасности гостей.
72. Безопасность в туризме: сущность, правовое регулирование, классификация рисков, страхование.
73. Организационная структура гостиничного предприятия: сущность, виды.
74. Договорная основа туристской деятельности: правовая сущность договора, принципы подбора партнеров, виды договоров.
75. Принципы формирования туристского продукта.
76. Туристские формальности: паспортные, визовые, таможенные.
77. Организация обслуживания туристов: технологические этапы; документационное обеспечение.
78. Типология и классификация гостиничных предприятий: признаки, критерии.
79. Страхование туристской деятельности в Российской Федерации.
80. Стратегии ценообразования в гостиничном бизнесе.
81. Цикл гостиничного обслуживания. Структура и функция подразделения номерного фонда.
82. Статистика международного туризма: основные показатели и методы учета.
83. Технологические процессы основной деятельности туроператора въездного туризма.
84. Позиционирование в СКС и туризме: сущность, стратегии, процесс формирования.
85. Методы ценообразования в туризме.
86. Инженерно-технический комплекс гостиничного предприятия: структура, характеристики.
87. Организационно-правовые формы туристских предприятий: сущность, критерии выбора и этапы создания турфирмы.
88. Служба питания и напитков гостиницы: принципы функционирования и роль службы.

89. Качество туристского продукта: агентский и потребительский подход. Страхование рисков туроператорских фирм.

90. Государственное регулирование туристской деятельности в России: цели, методы и принципы.

Критерии оценивания

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Обучающийся полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
71-85 баллов «хорошо»	Обучающийся достаточно полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно. Допускает 1-2 ошибки, исправленные с помощью наводящих вопросов.
56-70 баллов «удовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
менее 56 баллов «неудовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание (вопрос), допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Ситуационные задачи

1. Туристическое бюро Дании – государственная организация. Перед ним поставлена задача: увеличить число туристов из зарубежных стран, а также время их пребывания в стране. Основными клиентами компании Бюро считало американцев и японцев. За последние пять лет число туристов из Японии и США увеличивалось на 5–7% в год. Японские группы были более многочисленными, но увеличились всего на 2–3%. Основная проблема заключалась в том, что ни американцы, ни японцы не проводили в Дании свои отпуска. Корпорация международного туризма на основании маркетинговых исследований сделала вывод, что Дания практически закрыта для нескольких европейских и американских авиалиний, обслуживающих ранее этот район, поскольку туристы, в том числе из интересующих фирму стран, задумывая путешествие в Европу, в первую очередь выбирали Германию, Англию, Францию. Только 10% из опрошенных американцев и 5% японцев были «немного заинтересованы» посетить Данию, хотя проявили интерес к Франции 40% американцев и 50% японцев. Маркетинговую задачу Туристического бюро Дании осложнял также явно возросший интерес туристов к странам Восточной Европы, особенно Польше и Венгрии (30% и 15% американцев и японцев соответственно).

За последние несколько лет у Бюро возникли хорошие деловые контакты с рекламными агентствами Нью-Йорка и Токио, которые провели рекламные кампании. Основными средствами рекламы были журналы и газеты. Кроме того, в местные бюро путешествий, а также в другие организации по их запросам рассылались рекламные буклеты. Однако министр, занимающийся проблемами туризма, был убежден, что нужна более эффективная реклама, и предложил Бюро разработать всеобъемлющую рекламную кампанию, которая увеличила бы приток туристов в Данию.

Задания:

1. Как бы вы охарактеризовали туристов, желающих посетить Данию или провести там свой отпуск?
2. Предложите виды и средства рекламы и план проведения рекламной кампании на интересующих Бюро рынках туризма.
3. Какие различия вы бы порекомендовали учитывать (если они существуют) между японскими и американскими туристами, чтобы учесть это при разработке рекламной кампании?

2. Распределить пропорционально постоянные затраты за плановый период деятельности туроператора при условии, что:

Плановый годовой объем постоянных затрат составляет 1000 000 руб.;

Количество видов организуемых туров – 4;

Тур №1: Переменные затраты на единицу продукта 20000 руб. Объем продаж 100 путевок.

Тур №2: Переменные затраты на единицу продукта 7000 руб. Объем продаж 40 путевок.

Тур №3: Переменные затраты на единицу продукта 50000 руб. Объем продаж 20 путевок.

Тур №4: Переменные затраты на единицу продукта 30000 руб. Объем продаж 50 путевок.

3. . Определите суммы оплаты труда администратора гостиницы к начислению и к получению за март 2010 г. при условии, что им отработано 10 смен, продолжительность каждой смены 12 часов. Условия оплаты: повременно-премиальная оплата, оклад согласно штатному расписанию составляет 10000 руб., доплата за стаж работы 15%, при оплате учитываются дальневосточный коэффициент и надбавка. Общий премиальный фонд гостиницы за месяц составляет 200000 руб., из которого на долю менеджера (личный вклад в результаты фирмы) приходится 10%. Рассчитайте общие затраты на оплату труда менеджера с учетом оплаты страховых взносов.

4. Предложите политику ценообразования для туристской фирмы, если:

- темпы развития отраслевого рынка снижаются;
- существуют определенные барьеры входа на рынок;
- тип конкуренции – несовершенная конкуренция;
- высокая эластичность спроса на туруслуги;
- доля рынка услуг фирмы 10%;
- продажи на рынке подвержены сезонным колебаниям;
- себестоимость услуг на 60% зависит от уровня цен поставщиков услуг.

5. Сформируйте план товарных запасов в ресторане, если стоимость используемого сырья в день 20 тыс.руб, частота поставки 5 дней, время нахождения товара в пути 1 день, выставочный запас в баре 40 тыс.руб. Определите объем пополнения товарных запасов, средний совокупный товарный запас. Как изменится товарный запас, если срок использования 20% сырья составит 2 дня?

6.Туристская фирма специализируется на реализации услуг въездного туризма. Предприятие находится на общей системе налогообложения. Как изменится рентабельность продаж услуг туристской фирмы, если средняя цена за одну путевку возрастет на 10%, число проданных путевок снизится до 200 единиц, себестоимость останется неизменной. Исходные данные: количество реализованных путевок в предшествующем периоде 230 ед., средняя цена одной путевки 12 500 руб., полная себестоимость тура 8 800 руб.

6. Руководство кафе решило провести рекламную кампанию по продвижению дополнительных услуг кейтеринга. По расчетам, эта услуга позволит увеличить дополнительно продажи на 20%, но приведет к росту средних издержек на 12%. Существующий объем продаж в кафе – 3000 блюд в день. Средняя цена одного блюда – 200 руб. Средние издержки – 150 руб. Определите предполагаемые изменения выручки, издержек, валовой прибыли. Имеет ли смысл нести дополнительные расходы по рекламной кампании?

7. Объем реализации продукции и услуг закусочной в отчетном году составил 9546 тыс. руб. и снизился по сравнению с предыдущим годом на 848 тыс. Рассчитайте показатели эффективности использования основных фондов, если их среднегодовая стоимость в отчетном году составила 4829 тыс. руб. и увеличилась на 155,7 тыс.руб. по сравнению с предыдущим годом, а среднесписочная численность работников составила 57 и 63 человека соответственно. Какова производительность труда на предприятии? Определите взаимосвязь фондовооруженности и производительности труда.

8. Рассчитайте показатели оборачиваемости оборотных средств гостиницы, если объем реализации продукции и услуг в 2009 году составил 77480 тыс.руб. и увеличился по сравнению с 2008 годом на 6230 тыс., а среднегодовая стоимость оборотных средств составила 25440 тыс.руб. и снизилась на 9000 тыс. руб. по сравнению с предыдущим годом.

9.Рассчитайте порог рентабельности и запас финансовой устойчивости туристского предприятия, если выручка от реализации туров составила 14202 тыс.руб., полная себестоимость реализованных услуг 13453 тыс.руб., сумма переменных затрат 4113 тыс.руб., сумма постоянных затрат 9340 тыс.руб.

10. Рассчитайте средний размер скидки номеров категории «Люкс» за март при условии, что 10

номеров\дней было продано по акции «Семейные ценности» – скидка 20%, 9 номеров\дней было продано по туристским бонусам «Voyage+» - скидка 10% и 4 номера\дня было продано по преysкyрантной стоимости 6 000 руб.

11. Составьте план реализации продукции предприятия питания на 2010 год с разбивкой по кварталам. Исходные данные: 1) на 2010 год намечен прирост объема реализации в стоимостном выражении на 15%, 2) ресторанный бизнес имеет сезонный характер. Данные представлены в таблице (тыс.руб.)

Показатели 2007 2008 2009

Реализация продукции общественного питания, всего 18 900 19 600 13 900

I квартал 2 600 3 200 2 200

II квартал 5 000 4 900 3 000

III квартал 4 800 5 600 4 300

IV квартал 6 500 5 900 4 400

12. Рассчитайте комплексный показатель динамики эффективности труда на предприятии. Условие: выручка от реализации продукции и услуг гостиничного предприятия за отчетный период снизилась с 37399 тыс. руб. до

34505 тыс. руб. при уменьшении количества проданных номеров\дней с 25047 до 19674.

Среднесписочная численность персонала в гостинице за этот же период увеличилась с 69 до 72 человек.

13. Данные спроса на услуги ресторана характеризуются следующими показателями:

Цена посещения, руб. Количество посещений в день, ед.

800 130

700 160

600 180

500 200

Начертите кривые спроса и кривую объема продаж. Определите оптимальную цену посещения ресторана. При какой величине коэффициент ценовой эластичности спроса больше 1? Что это значит?

14. Рассчитать количество горничных дневных смен при 40 часовой рабочей неделе для гостиницы с номерным фондом 120 номеров средней площадью номера 16 кв. м при норме уборки 40 минут. Коэффициент невыхода на работу - 1,3.

15. В гостинице используется метод потребительской оценки.

Цены зависят от сезонности гостиничного бизнеса. В зависимости от спроса на гостиничные услуги выделяют три сезона:

- низкий (05 января – 15 апреля),

- средний (15 апреля – 15 июня; 1 ноября – 15 декабря),

- высокий (15 июня – 1 ноября; 15 декабря – 5 января).

Определите цену за номер в каждом сезоне, если цена за номер в сезон низкого спроса составляет 3 000 руб. с учетом завтрака. Цена за номер при переходе от сезона к сезону увеличивается на 12%, стоимость завтрака составляет 10% от цены за номер. Стоимость завтрака в течение года не изменялась.

16. Для открытия кафе быстрого питания компания провела маркетинговые исследования с целью выявления уровня спроса. В результате чего было опрошено 200 человек. Генеральная совокупность составляет 35 тыс. человек. Средняя цена одного посещения 150 руб. На вопрос «Как часто вы посещаете кафе?» были получены следующие ответы: ежедневно - 18 человек, раз в неделю - 27 человек, раз в месяц - 43 человек, раз в полгода - 35 человек, раз в год - 23 человек, не посещаю - 54 человек. Определите емкость рынка в натуральном и стоимостном выражении.

17. Гостиница имеет площадь 8000 кв. м, номерной фонд – 110 номеров, средняя площадь номера – 18 кв.м. Потенциальный среднегодовой доход от номера составляет 720 000 руб. Определите размер упущенной выгоды от продажи номерного фонда за год функционирования, если в международной практике проектная площадь номерного фонда такой гостиницы составляет до 80% от общей площади.

18. Текущее положение турфирмы характеризуется следующими данными: доля рынка – 12%; объем продаж (количество туристов) – 5000; объем реализации услуг (тыс.руб.) – 21 000; издержки на единицу (руб.) – 3950. Для увеличения доли фирмы на рынке до 15% необходимы дополнительные

маркетинговые затраты в размере 1100 тыс.руб. Определите, имеет ли смысл осваивать маркетинговые затраты для достижения новой доли рынка.

19. Общий объем продаж в транзитной гостинице составляет 20 000 номеров в год, цена размещения – 1200 руб., средние затраты на ед. услуги размещения – 900 руб. Маркетинговый отдел гостиницы предложил в качестве дополнительной услуги организовать услуги няни. По расчетам эта услуга позволит увеличить количество размещенных лиц на 10%, но приведет к росту издержек на каждый заказ на 240 руб., оплата услуг няни в сутки – 600 руб. Определить предполагаемые изменения выручки, затрат, прибыли; имеет ли смысл нести дополнительные расходы по организации услуг няни.

20. Рассчитать производственную мощность оборудования для прачечной в гостинице (стиральная машина, сушильная машина, гладильный каток) с необходимой производительностью. Запас для объема – 6 кг. Номерной фонд – 150 номеров: 10 – категории «Люкс», 70 – первой категории одноместный, 70 – первой категории двухместный. Персона прачечной работает по 40-часовой рабочей неделе.

21. Определите оптимальный объект налогообложения для малого предприятия в сфере гостиничного бизнеса. Отель находится на упрощенной системе налогообложения. Исходные данные: выручка от реализации услуг 17 000 тыс. руб., производственная себестоимость реализованных услуг 11 200 тыс. руб., коммерческие расходы 500 тыс. руб., управленческие расходы 1 300 тыс. руб.

22. Рассчитать свободную площадь холла (лобби) гостиницы категории 3* с номерным фондом 120 номеров и максимальной вместимостью 180 человек.

23. Определите коэффициент загрузки гостиницы за март.

Категория номера Количество номеров Кол-во номеров, выведенных из продажи Кол-во проданных номеров-дней

Одноместный 10 4 140

Двухместный 10 0 110

Люкс 5 2 40

24. Предприятие планирует строительство гостиницы общей площадью 1200 м кв. Определите проектную стоимость строительства, если известно, что на один номер приходится 30 кв. м общей площади при общем количестве 30 номеров. Затраты определяются из расчета 1200 тыс. руб. на единицу номерного фонда. Площадь, необходимая под организацию конференц-зала, составляет 20% от жилого фонда, затраты на строительство - 7000 руб. на 1 кв. м. Затраты на освоение остальной площади составляют 5000 руб. на 1 кв.м.

25. Рассчитайте начисленную заработную плату горничной за март 2010 г. в зависимости от производительности труда. Определите форму и систему оплаты труда. Нормативная производительность труда (выработка) – уборка 12 номеров в день. Тариф за уборку одного номера 40 руб. Дальневосточная и районная надбавки составляют 50%. Премия за перевыполнение установленных нормативов – 20% за один номер. В марте 2010 года 22 рабочих дня. Фактически отработано 25 рабочих дней. Фактическая производительность труда ежедневно соответствовала нормативной.

26. Рассчитайте чистую прибыль малого отеля. Исходные данные: выручка от реализации услуг (без НДС) 64 000 тыс. руб., производственная себестоимость продукции 45 000 тыс.руб., коммерческие расходы 800 тыс. руб., управленческие расходы 3 000 тыс. руб. Для справки: в уставном капитале гостиничного предприятия доля иностранного участника составляет 35%.

27. Рассчитайте критический объем реализации (точку безубыточности) гостиницы. Исходные данные:

Показатели В ед. изм.

Переменные затраты, всего 4 560 000 руб.

Постоянные затраты, всего 1 800 000 руб.

Цена за номер 2500 руб.

Объем реализации 3000 номеродней

28. Рассчитайте доходность с одного номера (Revenue per available room per day) категории «Люкс» за февраль при условии, что 5 номеров\дней было продано по акции «Подарок молодоженам – 50% скидка», 7 номеров\дней было продано по карточкам постоянного гостя (размер скидки 20%) и 4 номера\дня было продано по прейскуртантной стоимости 7 000 руб. Всего в гостинице 3 номера данной категории.

29. Рассчитайте влияние факторов на изменение выручки от реализации услуг гостиницы (методом цепных подстановок). Исходные данные:

Показатель Ед. изм. План Факт

Выручка по услугам проживания руб. 896 005 563 563

Загрузка номерного фонда Номера/дни 243 178

30. Используя нелинейный способ амортизации (метод суммы чисел сроки полезного использования) необходимо рассчитать начисление амортизации на оборудование прачечной при гостинице.

Стоимость оборудования составляет 1 600 000 рублей. Срок использования – 8 лет.

31. В компании «Павлин тур» постоянный клиент обратился в очередной раз за помощью в организацию отдыха в Египте. Поскольку клиент давно (более пяти лет) уже приобретал путевки в данной фирме и хорошо знал руководителя тур фирмы, то первоначально обратился с этой просьбой к директору тур фирмы, который очень оперативно представил координаты клиента специалисту компании, занимающейся данным направлением. Специалист по продаже позвонил клиенту только через три дня и выяснила, какие есть пожелания у клиента по организации тура (время и место отдыха, предпочтения по отелю и цене тура и другие особенности). Особенностью заявки было то, что клиент хотел отдыхать только в одном месте – Марса Алам. Еще через три дня клиент получил более 20 предложений по турам, ссылок на отели (примерно 15 отелей в Хургаде, 5 в Шарм-Эль-Шейхе и ни одного по Марса Аламу). Клиент не ответил на это письмо и, как потом выяснилось, приобрел путевку именно в Марса Алам в другой тур в фирме. Специалист по продажам в течение недели не звонил и не писала писем клиенту. Только через неделю клиент получил письмо с вопросом о выборе тура. Клиент не ответил специалисту, а просто переслал переписку руководителю тур фирмы без каких либо комментариев.

Задание: разработать меры по предупреждению появления подобных ситуаций, когда постоянный клиент уходит в другую фирму. Анализ кейса предполагает определение причин произошедшей ситуации, действий специалиста и руководителя тур фирмы (по сути бездействия и отсутствия контроля), анализ мотивов, поведения клиента. После этого разрабатывается комплекс мер по совершенствованию системы контроля, внутренних коммуникаций, системы стимулирования и других аспектов деятельности компании. Студенты презентуют свои решения перед группой, после чего выбирается (группой или преподавателем) наиболее эффективное решение. Как вариант – из всех предложенных вариантов выбираются лучшие в каждой сфере деятельности (контроль, коммуникации, стимулирование) и готовится комплексное коллективное решение.

Критерии оценки

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей обучающихся).

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Обучающийся полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
71-85 баллов «хорошо»	Обучающийся достаточно полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно. Допускает 1-2 ошибки, исправленные с помощью наводящих вопросов.
56-70 баллов «удовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
менее 56 баллов «неудовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание (вопрос), допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Деловая игра

1 Тема «Инвестиции в туризме».

2 Основные цели игры:

- закрепление знаний, полученных в ходе изучения дисциплины «Экономика туризма» на практике,
- активизация интереса учащихся к изучаемой дисциплине,
- достижение максимального количества продаваемых туров,
- создание новых условий для развития и демонстрации компетенций студентов в ситуациях, приближенных к реальным.

3. Задачи игры:

- мотивация студента к проявлению компетенции;
- развитие эмоционально-волевой регуляции студентом процесса и результата проявления компетенции;
- комплексное развитие и оценка компетенций в процессе деятельности:
- профессиональных компетенций (по технологиям продаж туров);
- базовых инструментальных (работа с информационными источниками, преобразование и оформление результата в текстовом редакторе MS Word, применение информационных технологий для презентации результатов (Power Point, Flash, Html);
- личностно-поведенческих (планирование, достижение результата, самостоятельное решение проблем, работа в команде, инициатива, лидерские качества, ответственность, исполнительность, творчество, самооценка, презентация, устная, речевая и письменная коммуникация).

Игра выступает как модель реальных ситуаций и событий, возникающих в процессе торговли туристических маршрутов. Исход этих событий зависит от участников игры. Предполагается, что в каждой фирме уже имеются в наличии и будут виртуально продаваться самые разнообразные туристические экскурсионные направления (информацию о которых предоставят сами студенты, сотрудники фирм).

Игра проводится в компьютерном классе. Компьютер используется для визуальной демонстрации предлагаемых маршрутов и сопроводительной информации для покупателей. Игра основывается на принципах совместной деятельности. Основная деятельность персонала фирмы должна быть направлена на достижение максимального количества продаж и максимальной прибыли. Предмет игры - это процесс виртуальной продажи туристических путевок, который длится в течение одного академического часа.

4. Роли участников игры

В игре принимают участие:

- две конкурирующие фирмы по продаже туристических путевок (студенты),
- покупатели,
- организаторы игры.

Для достижения наилучших показателей по продажам командам придется провести серьезную

подготовку (распределить роли, выбрать направления продаваемых маршрутов, организовать работу

коллектива фирмы по продаже туристических маршрутов, конкурировать друг с другом, принимать

управленческие решения, консультировать и помогать друг другу).

В состав каждой виртуальной фирмы входят сотрудники фирмы:

- консультанты по продажам,
- консультанты по работе с клиентами,
- специалисты по рекламе,
- топ-менеджер.

5. Правила игры

Игра делится на два этапа: подготовительный и игровой.

На подготовительном этапе не допускается разглашения внутрифирменных решений, персонал отдельной виртуальной фирмы должен четко следовать политике и стратегии своей фирмы, доверять и выполнять решения своего топ-менеджера. Топ-менеджер в своих решениях должен опираться на мнение команды.

На игровом этапе не допускается «черный пиар», продажа в кредит и дополнительные материальные бонусы покупателям. Топ-менеджер фирмы по своему усмотрению размещает сотрудников на игровом пространстве (компьютерный магазин). В случае отсутствия отдельных сотрудников фирмы допускается их замена другими сотрудниками этой же фирмы.

6. Ожидаемые результаты

Отработать навыки работы в команде, владение методами убеждения собеседника и техникой вежливого отказа лидерские качества, ответственность, исполнительность, творчество, самооценка, презентация, устная, речевая и письменная коммуникация.

7. Система оценивания

Система оценки включает две оценки. Первая оценка используется для определения успешности фирмы в целом и определяется количеством проданных путевок.

Предметом второй оценки выступают компетенции каждого участника виртуальных турфирм.

Со стороны покупателей к показателям оценки относятся:

- оценка профессиональных компетенций (по составу, параметрам, технологиям продаж туров),
- оценка базовых инструментальных компетенций,
- оценка личностных компетенций (планирование, достижение результата, самостоятельное решение проблем),
- качество презентации (базовые инструментальные компетенции),
- качество содержания информации (профессиональные компетенции),
- качество работы с клиентом, устная коммуникация, творчество каждого отдельного участника игры (личностные компетенции),
- качество рекламы (инструментальные, профессиональные, личностные компетенции),
- качество деятельности менеджера (профессиональные, личностные компетенции).

Покупатели должны обеспечивать, с одной стороны, контроль качества принимаемых решений с позиций норм и требований профессиональной деятельности, а с другой, - способствовать развертыванию игрового плана учебной деятельности. Система оценивания выполняет функции не только контроля, но и самоконтроля квазипрофессиональной деятельности, обеспечивает формирование игровой, познавательной и профессиональной мотивации участников ролевой игры.

В данном разделе РПД приведены типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости студентов. Полный перечень заданий содержится в учебно-методическом комплексе.

Критерии оценивания

- качество усвоения информации;
- выступление;
- содержание вопроса;
- качество ответов на вопросы;
- значимость дополнений, возражений, предложений;
- уровень делового сотрудничества;
- соблюдение правил деловой игры;
- соблюдение регламента;
- активность;
- правильное применение профессиональной лексики.

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы; теоретические положения изложены с использованием профессиональной лексики; ответы и выступления четкие и краткие, логически последовательные; активное участие в деловой игре.
71-85 баллов «хорошо»	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы; теоретические положения изложены со слабым использованием профессиональной лексики с незначительными ошибками; ответы и выступления в основном краткие, но не всегда четкие и логически последовательные; участие в деловой игре.
56-70 баллов «удовлетворительно»	Участник деловой игры продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы; теоретические положения изложены со слабым использованием профессиональной лексики; ответы и выступления многословные, нечеткие и без должной логической последовательности; пассивное участие в деловой игре.
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Участник деловой игры продемонстрировал затруднения в понимании сути поставленной проблемы; отсутствие необходимых знаний и умений для решения проблемы; затруднения в построении самостоятельных высказываний; обучающийся практически не принимает участия в игре.

Кейс-задачи

Ситуация 1. Минсельхоз рекомендует для привлечения туристов российские села проводить квесты и театрализованные представления. Об этом говорится в методических рекомендациях ведомства для менеджеров сельского туризма. Пока что туристов в деревнях развлекают рыбалкой, охотой и винными турами. Представители отрасли агротуризма считают, что для улучшения ситуации в этой сфере нужно также вплотную заняться образованием владельцев гостевых домов. В настоящее время предоставлением услуг по развитию сельского туризма сейчас в России занимается 1236 организаций. И это количество ежегодно растет.

Вопросы и задания:

1. Что, по-вашему, необходимо предпринять организациям, занимающимся сельским туризмом для привлечения отдыхающих? Предложите мероприятия, способствующие большей удовлетворенности потребителей сельским отдыхом.

Ситуация 2. Туристический потенциал России поражает воображение: моря, океаны, горы, реки, тайга, исторические города и живописные села. Похвастаться подобным разнообразием не может ни одна страна в мире. Однако, несмотря на столь богатый потенциал, в рейтинге туристических стран мира Российская Федерация замыкает пятый десяток.

Вопросы и задания:

1. В чем Вы видите причины этой ситуации?
2. Предложите основные направления по выходу из нее.

Критерии оценивания:

- соответствие решения сформулированным в кейсе вопросам (адекватность проблеме и рынку);
- оригинальность подхода (новаторство, креативность);
- применимость решения на практике;
- глубина проработки проблемы (обоснованность решения, наличие альтернативных вариантов, прогнозирование возможных проблем, комплексность решения).

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Предложенное решение соответствует поставленной в кейс-задании проблеме. Обучающийся применяет оригинальный подход к решению поставленной проблемы, демонстрирует высокий уровень теоретических знаний, анализ соответствующих источников. Формулировки кратки, ясны и точны. Ожидаемые результаты применения предложенного решения конкретны, измеримы и обоснованы
71-85 баллов «хорошо»	Предложенное решение соответствует поставленной в кейс-задании проблеме. Обучающийся применяет в основном традиционный подход с элементами новаторства, частично подкрепленный анализом соответствующих источников, демонстрирует хороший уровень теоретических знаний. Формулировки недостаточно кратки, ясны и точны. Ожидаемые результаты
56-70 баллов «удовлетворительно»	Предложенное решение требует дополнительной конкретизации и обоснования, в целом соответствует поставленной в задании проблеме. При решении поставленной проблемы обучающийся применяет традиционный подход, демонстрирует твердые знания по поставленной проблеме. Предложенное решение содержит ошибки, уверенно исправленные после наводящих вопросов
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Наличие грубых ошибок в решении ситуации, непонимание сущности рассматриваемой проблемы, неуверенность и неточность ответов после наводящих вопросов. Предложенное решение не обосновано и не применимо на практике

Комплект тестовых заданий

1. Какие условия необходимы для развития туризма?

- а) политическая стабильность, развитие транспортной индустрии, развитие местной промышленности;
- б) природные богатства, инфраструктура, материальная база, транспортные услуги, ресурсы гостеприимства.
- в) все выше перечисленное

2. Основные отличия туриста от экскурсанта?

- а) в организации посещения другой местности;
- б) в целях путешествия;
- в) в длительности путешествия.

3. Каким образом подразделяются по построению трассы маршрута?

- а) линейные и кольцевые, радиальные;
- б) стационарные и кольцевые, радиальные;
- в) линейные, стационарные.

4. Дайте определение понятия «Тур»?

- а) Организованная совокупность услуг во время путешествия;
- б) Это индивидуальная или групповая поездка по определенному туристскому маршруту в конкретно определенный срок;
- в) Распространенный в туризме вид продажи товара, когда несколько услуг реализуются в наборе.

5. Туристский маршрут это?

- а) заранее спланированная трасса передвижения туристов, рассчитанная по времени с целью получения предусмотренных программой обслуживания услуг;

- б) путь передвижения путешественников, рассчитанный по времени с целью получения экскурсионных услуг;
- в) все вышеперечисленное.
6. Специалист, занимающийся разработкой индивидуальных и коллективных программ досуга?
- а) туроператор ;
- б) аниматор ;
- в) сценарист;
7. Основные услуги?
- а) услуги, включенные в стоимость тура;
- б) услуги, включенные в турпутевку;
- в) все вышеперечисленное.
8. Найдите соответствия: Город – Достопримечательность?
- а) Владимир а) Памятник «Тысячелетие России»
- б) Волгоград б) Эрмитаж
- в) Кострома в) Мамаев Курган
- д) Москва д) Золотые Ворота
- е) Новгород е) Ипатьевский монастырь
- ж) Санкт-Петербург ж) Колокольня Ивана Великого
9. Найдите соответствия: Город – Достопримечательность?
- а) Берлин а) Цвингер
- б) Париж б) Колизей
- в) Афины в) Версаль
- д) Рим д) Бранденбургские ворота
- е) Солт-Лейк-Сити е) Акрополь
- ж) Дрезден ж) Великий Храм Мормонов
- з) Мадрид з) Риксмузеум
- и) Флоренция и) Музей Прадо
- к) Амстердам к) Галерея Уффици
10. Найдите соответствия распространенных определений следующих городов?
1. Багдад а) «гранитный город»
2. Стамбул б) «жемчужина пустыни»
3. Дамаск в) «город лилии»
4. Париж г) «город золотого рога»
5. Абердин (Шотландия) д) «город мира»
11. Фирме-туроператору требуется автобус для проведения экскурсий. Организовать экскурсии планируется через каждые семь туродней. Запланированный пробег за год составляет 10 000 км. Туристическая фирма может использовать транспорт сторонней организации. При этом стоимость одного километровой пробега составляет 23 долл. Если приобрести автобус в собственность, то накладные (постоянные) затраты будут равны 5000 долл. Основные переменные затраты составят 12 долл. за километр. Требуется выбрать более эффективный вариант: пользоваться арендованным автобусом сторонней организации или использовать собственный транспорт.
- а) пользоваться арендованным автобусом сторонней организации
- б) использовать собственный транспорт.
12. Установите соответствие: Тип климата - Город ?
- а) Арктический а) Лондон
- б) Умеренный б) Владивосток
- в) Средиземноморский в) Сингапур
- г) Муссонный г) Барселона
- д) Экваториальный д) Тикси
13. Определите, какая страна из перечисленных не омывается водами Средиземного моря?
- а) Сирия;
- б) Израиль;
- в) Турция;
- г) Ливан;
- д) Иордания;
- е) Греция;
- ж) Албания;
- з) Египет;
- и) Ливия;
- к) Алжир.
14. Укажите название единственного морского порта Словении?
- а) Котор;
- б) Дуррес;

- в) Пирей ;
- г) Измир;
- д) Копер;
- е) Ливерпуль;
- ж) Эдинбург;
- з) Риека.

15. Укажите, какой известный физико-географический объект объединяет Францию, Италию, Швейцарию, Германию, Австрию, Лихтенштейн, и определите страну, которая может их дополнить?

- а) Хорватия;
- б) Болгария;
- в) Македония;
- г) Словения;
- д) Греция;

16. По признаку географического положения найдите исключение из логики?

- а) Испания;
- б) Греция;
- в) Албания;
- г) Сирия;
- д) Пакистан;
- е) Непал;
- ж) Мьянма;
- з) Гана;
- и) Судан;
- к) Колумбия.

17. Туроператор – это?

- а) предприятие, организующее рекламу и продвижение туристического продукта;
- б) реализатор туристического продукта;
- в) предприятие, занимающееся разработкой туристического продукта, комплектацией тура и обеспечивающее их функционирование.

18. Турист - это гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания?

- а) с занятием оплачиваемой в этом месте деятельностью;
- б) без занятия оплачиваемой в этом месте деятельностью;
- в) с целью поиска работы и устройства на постоянное место жительства.

19. Интенсив-тур представляет собой?

- а) поощрительную поездку за счет фирмы для своих сотрудников;
- б) путешествие с целью лечения;
- в) путешествие с целью посещения ряда стран за одну неделю.

20. Виза – это?

- а) официальный документ, удостоверяющий личность туриста;
- б) разновидность международного страхового полиса, позволяющая получать и оплачивать страховые услуги в любой стране мира;
- в) специальное разрешение иностранного правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через территорию его государства

21. Таможенные формальности представляют собой процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу?

- а) установленного паспортно-визового режима;
- б) установленных требований вакцинации;
- в) правил и условий ввоза и вывоза вещей, товаров и валютных средств.

22. Что необходимо для развития международного туризма в России?

- а) наличие естественных туристических ресурсов;
- б) высокие темпы экономического роста;
- в) кардинальное решение отношений собственности и проведение комплекса мероприятий на государственном уровне по превращению туризма в приоритетное экономическое направление.

23. Обслуживание «а la cart » - это?

- а) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню;
- б) обслуживание по единому для всех туристов меню без права выбора блюд;
- в) свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание.

24. В отличие от индивидуального, групповой тур?

- а) предполагает одновременное присутствие в турпоездке не менее 9 человек;
- б) имеет стоимость не более 1000 долларов и длится не менее 5 дней ;
- в) стандартный, не предполагает различия в уровне сервисного обслуживания туристов;
- г) предполагает аренду транспортного средства, а не приобретение проездных.

25. К обязанностям судоходной компании по договору фрахта относится?

- а) своевременная разработка круизного маршрута и графика движения судна;
- б) организация анимационного обслуживания туристов ;
- в) оплата стоимости услуг портов стоянок, шлюзов, каналов и т.д.;
- г) организация экскурсионного обслуживания туристов в портах стоянок ;
- д) организация питания туристов на борту теплохода.

26. Как обозначается двухместный номер с видом на море на базе питания «полу-пансион» в гостиничной документации?

- а) TRPL, FB, SSV;
- б) DBL-twin, BB ;
- в) SNGL, BB, SCV;
- г) DBL, AI ;
- д) DBL, SV, HB.

27. В каком случае российский гражданин, имеющий итальянскую шенгенскую визу, во время заграничной поездки может совершить двухдневную экскурсию из Италии в Хорватию и обратно?

- а) только если у него есть туристический ваучер хорватской стороны ;
- б) в любом случае, если не нарушается срок действия итальянской шенгенской визы
- в) если турист имеет туристический ваучер хорватской стороны и итальянскую мульти-визу.

28. Кто осуществляет государственный контроль и надзор за соблюдением обязательных требований государственных стандартов в туризме?

- а) государственный орган управления туризмом;
- б) Госстандарт России;
- в) турфирма.

29. Если международным договором РФ установлены иные правила, чем те, которые содержатся в законодательстве РФ о стандартизации, то применяются?

- а) правила международного договора;
- б) правила, установленные законодательством РФ;
- в) иные правила (по договору).

30. В каком нормативном документе приведен полный перечень существенных условий договора на туристское обслуживание?

- а) в Гражданском кодексе РФ;
- б) в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
- в) в Законе РФ «О защите прав потребителей».

Критерии оценивания

- отношение правильно выполненных заданий к общему их количеству

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнено 86-100% заданий
71-85 баллов «хорошо»	Выполнено 71-85% заданий
56-70 баллов «удовлетворительно»	Выполнено 56-70% заданий
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Выполнено 0-56% заданий