

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО

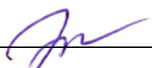
Руководитель ОПОП

_____  _____ А.Н. Леухин

«28» _____ августа _____ 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав.кафедрой менеджмента

_____  _____ Е.В. Крюкова

от «28» _____ августа _____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ОСНОВЫ ТУРИЗМА

Составитель

**Канатьева Н.С., доцент, кандидат биологических наук,
доцент кафедры менеджмента**

Направление подготовки /
специальность

43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) ОПОП

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

заочная

Год приема

2023

Курс

1

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Целями освоения дисциплины (модуля) «Основы туризма»: ознакомление с основными понятиями туризма, классификации и видах туристской деятельности; формирование представлений о международном рынке туризма и агентско-операторской деятельности на международном туристском рынке; формирование представления о современном состоянии туризма в России и о приоритетных направлениях его развития.

1.2. Задачи освоения дисциплины (модуля) «Основы туризма»:

- рассмотрение теоретических и прикладных аспектов туристской деятельности;
- анализ международных туристских проблем, тенденций развития мирового и отечественного туризма, особенностей туристской политики;
- овладение навыками самостоятельного сбора и анализа данных в сфере туризма.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Основы туризма» входит в обязательную часть (базовую).

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами (модулями): «Когнитивные технологии»:

Знания: современных когнитивных технологий развития познавательной деятельности

Умения: умения адекватного применения когнитивных технологий в профессиональной деятельности

Навыки: критического анализа процесса и результата собственной деятельности

2.3. Последующие учебные дисциплины (модули) и (или) практики, для которых необходимы знания, умения, навыки, формируемые данной учебной дисциплиной (модулем):

- География туризма, туристско-рекреационное проектирование, менеджмент в туризме, организация туристской деятельности.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс освоения дисциплины (модуля) направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки / специальности:

а) общепрофессиональных (ОПК):

– Способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью (ОПК-2).

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
	Знать (1)	Уметь (2)	Владеть (3)
ОПК-2	ИОПК-2.1.1. Основные функции управления туристской деятельностью.	ИОПК-2.2.1. Осуществлять основные функции управления туристской деятельностью.	ИОПК-2.3.1. Навыками осуществлять основные функции управления туристской деятельностью.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Объем дисциплины (модуля) составляет 5 зачетных единиц, в том числе 72 часа, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (из них 36 часов – лекции, 36 часов – практические, семинарские занятия), 108 часов – на самостоятельную работу обучающихся.

Таблица 2.

Структура и содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование раздела (темы)	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самостоят ельная работа		Формы текущего контроля успеваемости (<i>по неделям семестра</i>) Форма промежуточной аттестации (<i>по семестрам</i>)
			Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
1	Тема 1. Организационные основы туризма. Понятие туризма в исторической ретроспективе.	1	1	1			18	Фронтальный опрос
2	Тема 2. Значение туризма в жизни общества. Мотивация. Виды туризма.	1		1			18	Фронтальный опрос
3	Тема 3. Концепция устойчивого развития туризма. Понятие об экологическом пропускном потенциале региона в связи с развитием туризма.	1	1				18	Фронтальный опрос Практическое задание «Анализ особо охраняемых природных территорий региона»
4	Тема 4. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства.	1		1			18	Фронтальный опрос Практическое задание «анализа ассортиментной политики туристских фирм г. Астрахани»
5	Тема 5. Индустрия туризма, услуги туристской индустрии. Основные понятия туриндустрии и классификации ее объектов.	1	1				18	Фронтальный опрос Практическое задание «Работа с 2ГИС»
6	Тема 6. Международный рынок туризма. Характеристика международного туристского рынка.	1		1			20	Фронтальный опрос Творческое задание «Туристские компании и организации на международном рынке туризма»

	Структура туристского рынка.							
7	Тема 7. Международные организации туристской индустрии, мероприятия, компании и корпорации. Гостиничные сети и ресторанные холдинги. Чартерные авиакомпании.	1	1				20	Фронтальный опрос Практическое задание «Работа с 2ГИС»
8	Тема 8. Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма.	1		1			20	Фронтальный опрос Эссе
9	Тема 9. Современное состояние туризма в России. Структура управления туризмом в России. Показатели роста отечественного туризма. Приоритетные направления развития туризма.	1		1			20	Фронтальный опрос Творческое задание «Туристский рынок в России: государственные и общественные структуры в туризме на федеральном и региональном уровнях» Итоговое тестирование
	ИТОГО		4	6			170	ЭКЗАМЕН

Условные обозначения:

Л – занятия лекционного типа; ПЗ – практические занятия, ЛР – лабораторные работы;
КР – курсовая работа, СР – самостоятельная работа по отдельным темам

Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Темы, разделы дисциплины	Кол-во часов	Компетенции	Общее количество компетенций
		ОПК-2	
Тема 1. Организационные основы туризма. Понятие туризма в исторической ретроспективе.	20	+	1
Тема 2. Значение туризма в жизни общества. Мотивация. Виды туризма.	19	+	1
Тема 3. Концепция устойчивого развития туризма. Понятие об экологическом пропускном потенциале региона в связи с развитием туризма.	19	+	1
Тема 4. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства.	19	+	1

Тема 5. Индустрия туризма, услуги туристской индустрии. Основные понятия туристской индустрии и классификации ее объектов.	19	+	1
Тема 6. Международный рынок туризма. Характеристика международного туристского рынка. Структура туристского рынка.	21	+	1
Тема 7. Международные организации туристской индустрии, мероприятия, компании и корпорации. Гостиничные сети и ресторанные холдинги. Чартерные авиакомпании.	21	+	1
Тема 8. Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма.	21	+	1
Тема 9. Современное состояние туризма в России. Структура управления туризмом в России. Показатели роста отечественного туризма. Приоритетные направления развития туризма.	21	+	1
Итого	180		1

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Организационные основы туризма. Понятие туризма в исторической ретроспективе.

Организационные основы туризма: индустрия туризма и туристический сектор: виды и специфика. Туристское предприятие и его виды. Туроператорская и турагентская деятельность.

Предыстория туризма. Эпоха элитарного туризма. Становление социального туризма. Эпоха массового туризма. Основные парадигмы и понятия современного туризма.

Тема 2. Значение туризма в жизни общества. Мотивация. Виды туризма.

Туризм как отрасль мировой экономики. Значение туризма в сферах общественной жизни. Базовые функции туризма.

Мотивация в туризме. Типы туристов и их потребности. Виды туризма и его категории. Специальные виды туризма. Формы туризма.

Тема 3. Концепция устойчивого развития туризма. Понятие об экологическом пропускном потенциале региона в связи с развитием туризма

Устойчивое развитие и его принципы. Устойчивый и экологический туризм. Виды экологических туров. Трактовки экологического туризма. Принципы экотуризма. Заповеди TIES. Пропускной потенциал. Виды пропускного потенциала. (Предельно-) допустимые (рекреационные) нагрузки.

Тема 4. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства

Туристский продукт, потребительная стоимость. Базовые элементы турпродукта. Тур и его виды. Функциональная схема организованного туризма.

Структура туристского продукта и статус исполнителя туруслуг. Базовые свойства тура. Туристский маршрут и его виды. Тур как товарный продукт. Рекламные туры. Виды рекламных туров.

Тема 5. Индустрия туризма, услуги туристской индустрии. Основные понятия туристской индустрии и классификации ее объектов.

Понятие туристской услуги. Основные и дополнительные услуги. Свойства туристских услуг. Туристская индустрия и ее основные компоненты (субъекты). Классификация объектов

туриндустрии. Туристские ресурсы. Туристский интерес и его объекты. Туристское впечатление. Аппраивность и территориальные понятия туристской индустрии.

Тема 6. Международнй рынок туризма. Характеристика международного туристского рынка. Структура туристского рынка.

Понятие международного рынка. Функции международного рынка. Особенности международного туррынка и его структурные элементы. Туристские макрорегионы и особенности их развития. Состояние и прогнозы развития международного туристского рынка.

Тема 7. Международные организации туристской индустрии, мероприятия, компании и корпорации. Гостиничные сети и ресторанные холдинги. Чартерные авиакомпаний.

Международные туристские организации. Премия «World Travel Awards». Ведущие предприятия международного туризма: туроператоры массового и VIP-туризма, гостиничные операторы, ресторанные сети (холдинги), чартерные авиоперевозчики.

Тема 8. Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма.

Туристская путевка, туристский ваучер. Туристский договор. Виды туроператоров. Флайтеры на туррынке. Особенность организации чартерных цепочек. Виды турагентов. Система комиссионного вознаграждения. Агентские сети, их виды и стратегии работы.

Тема 9. Современное состояние туризма в России. Структура управления туризмом в России. Показатели роста отечественного туризма. Приоритетные направления развития туризма.

Специфика и проблемы развития туризма в России. Уровни управления туризмом в РФ. Крупнейшие туроператоры России. Тенденции развития российской индустрии туризма. Показатели развития внутреннего, выездного и въездного туризма. Перспективные направления развития индустрии туризма в Российской Федерации.

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

5.1. Указания по организации и проведению лекционных, практических (семинарских) и лабораторных занятий с перечнем учебно-методического обеспечения.

В процессе изучения дисциплины «Основы туризма» применяются как традиционные (объяснительно-иллюстративное, репродуктивно-воспроизводящее, предметно-ориентированное обучение), так и инновационные (технология теоретического моделирования) технологии обучения.

Лекция-беседа – состоит в озадачивании слушателей вопросами в начале лекции и по ее ходу, выяснения мнений и уровня осведомленности по рассматриваемой теме, степени их готовности к восприятию последующего материала. Вопросы адресуются всей аудитории. Слушатели отвечают с мест. Если преподаватель замечает, что кто-то из обучаемых не участвует в ходе беседы, то вопрос можно адресовать лично тому слушателю, или спросить его мнение по обсуждаемой проблеме. Для экономии времени вопросы рекомендуется формулировать так, чтобы на них можно было давать однозначные ответы. С учетом разногласий или единодушия в ответах преподаватель строит свои дальнейшие рассуждения, имея при этом возможность, наиболее доказательно изложить очередное понятие лекционного материала. Во время проведения лекции-беседы преподаватель должен следить, чтобы задаваемые вопросы не оставались без ответов, т.к. они тогда будут носить риторический характер, не обеспечивая достаточной активизации мышления обучаемых.

Лекция-дискуссия – здесь преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. По ходу лекции-дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает студентам коротко обсудить, затем краткий анализ, выводы и лекция продолжается.

На занятиях можно использовать фрагменты видеоматериалов конференций, документальных научных фильмов, видеосюжеты. Перед показом фильма необходимо поставить перед обучаемыми несколько (3-5) ключевых вопросов. Это будет основой для последующего обсуждения. Можно останавливать фильм на заранее отобранных кадрах и проводить дискуссию. В конце необходимо обязательно совместно с обучаемыми подвести итоги и озвучить извлеченные выводы.

При подготовке к **практическим/семинарским занятиям**, руководствуясь планом и списком рекомендуемой литературы (включая самостоятельный сбор обучающимся дополнительной информации по определенным вопросам/проблемам), студент должен изучить тему таким образом, чтобы по каждому из предложенных вопросов он смог дать развернутый, обстоятельный ответ.

Последующая практическая подготовка предусматривает: обсуждение выносимых вопросов на практических занятиях (собеседование, дискуссия, задание); решение задач (разбор деловых ситуаций / решение кейсов); обсуждение выполненных студентами эссе, а также командных / индивидуальных заданий (проектов), включающих подготовку презентаций и/или отчетных работ в рамках изучаемых вопросов/тем, призванных выработать у обучающихся умения и навыки использовать фактическую и нормативную информацию для понимания механизмов формирования, продвижения и реализации туристских продуктов и услуг объектами туриндустрии.

На семинарских занятиях используется **ситуационный метод (кейс-задачи)** – метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач – ситуаций (решение кейсов). Данный метод относится к неигровым имитационным активным методам обучения. Цель ситуационных задач – овладение навыками применения теоретических знаний для анализа конкретных деловых ситуаций.

Форма проведения – дискуссия (коллективное обсуждение деловой ситуации, задание) с проработкой конкретных предложений. Методика организации: определение цели и содержания обсуждаемой деловой ситуации; представление конкретной деловой ситуации (заданные условия, проблемы и задачи, требующие решения); обсуждение различных вариантов действий. Методика проведения: ознакомление слушателей с проблемой, ситуационной задачей; представление проблемных вопросов – вопросы слушателям предъявляются последовательно в соответствии с планом; организация обсуждения различных точек зрения по существу рассматриваемой проблемы; заключение по итогам обсуждения.

В заключительном слове ведущий отмечает активность или пассивность аудитории, оценивает ответы слушателей, при необходимости аргументировано опровергает неправильные суждения, дополняет неполные ответы, делает общий вывод по результатам обсуждения, благодарит слушателей за участие в обсуждении.

Цель **групповых (командных) / индивидуальных творческих заданий / проектов** – закрепить и расширить знания по дисциплине, развить навыки самостоятельной системной и аналитической работы. Форма проведения – выполняются слушателями самостоятельно, во внеаудиторное время, по итогам изучения материалов профильных государственных и некоммерческих структур на международном, национальном и региональном уровнях, а также анализа деятельности ведущих предприятий индустрии туризма и гостеприимства и их профессиональных объединений (ассоциаций) в регионах России и за рубежом (в соответствии с предложенной темой) в форме презентации PowerPoint и/или отчетной работы (проекта).

Методика организации и проведения – работа должна носить самостоятельный, творческий характер и при ее проверке преподаватель в первую очередь оценивает правильность сформулированных позиций и выводов. Форма представления результатов работы в виде: доклада по презентации PowerPoint и/или отчетной работы (проекта). Выступающие докладывают самостоятельно о своем выполненном исследовании (текущее состояние, актуальные тенденции, обнаруженные проблемы, перспективы развития), отвечают на вопросы других студентов и преподавателя.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины «Основы туризма».

Самостоятельная работа проводится с целью углубления и расширения теоретических знаний, систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических

умений, формирование умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу, развитие познавательных способностей и активности (творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности), формирование самостоятельного мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации.

Самостоятельная работа позволяет предметно выработать аналитические навыки, обеспечить понимание теории и практики туризма, более осознанно относиться к уровню своей профессиональной подготовки. Особое место отводится самостоятельной проработке обучающимися отдельных разделов и тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает у обучающихся инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Таблица 4.Содержание самостоятельной работы обучающихся

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Форма работы
Тема 1. Организационные основы туризма. Понятие туризма в исторической ретроспективе.	18	Фронтальный опрос
Тема 2. Значение туризма в жизни общества. Мотивация. Виды туризма.	18	Фронтальный опрос
Тема 3. Концепция устойчивого развития туризма. Понятие об экологическом пропускном потенциале региона в связи с развитием туризма.	18	Фронтальный опрос Практическое задание «Анализ особо охраняемых природных территорий региона»
Тема 4. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства.	18	Фронтальный опрос Практическое задание «анализа ассортиментной политики туристских фирм г. Астрахани»
Тема 5. Индустрия туризма, услуги туристской индустрии. Основные понятия туристской индустрии и классификации ее объектов.	18	Фронтальный опрос Практическое задание «Работа с 2ГИС»
Тема 6. Международный рынок туризма. Характеристика международного туристского рынка. Структура туристского рынка.	20	Фронтальный опрос Творческое задание «Туристские компании и организации на международном рынке туризма»
Тема 7. Международные организации туристской индустрии, мероприятия, компании и корпорации. Гостиничные сети и ресторанные холдинги. Чартерные авиакомпании.	20	Фронтальный опрос Практическое задание «Работа с 2ГИС»
Тема 8. Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма.	20	Фронтальный опрос Эссе
Тема 9. Современное состояние туризма в России. Структура управления туризмом в России. Показатели роста отечественного туризма. Приоритетные направления развития туризма.	20	Фронтальный опрос Творческое задание «Туристский рынок в России: государственные и общественные структуры в туризме на федеральном и региональном уровнях» Итоговое тестирование

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

В рамках лекционных и практических занятий некоторые наиболее значимые, узловые вопросы, выносимые на учебную **дискуссию** по результатам просмотра тематических видеоматериалов (видеосюжетов), могут быть вынесены на обсуждение в формате письменной работы, структура которой должна включать в себя изложение личной позиции студента по рассматриваемым вопросам, и соответствующие выводы. Объем работы: 0,7 – 1,5 страницы текста формата А4. Шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, интервал – 1,5 (в зависимости от специфики задания размер шрифта и интервал может быть изменен), абзацный отступ – 1,25, поля стандартные (левое – 3 см, нижнее, верхнее – 2 см., правое – 1,5 см.).

Отчетная работа (**проект**) в случае ее (его) выполнения в письменном виде направлена на поиск и систематизацию студентом данных по выбранной проблеме/теме на основании разработанных преподавателем форм. Объем работы: 3 – 5 страниц текста формата А4. Шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14, интервал – 1,5 (в зависимости от специфики задания размер шрифта и интервал может быть изменен), абзацный отступ – 1,25, поля стандартные (левое – 3 см, нижнее, верхнее – 2 см., правое – 1,5 см.).

Целью написания **эссе** является раскрытие творческого и аналитического потенциала слушателей. Форма проведения – подготовка письменных работ с элементами самостоятельных рассуждений по актуальным темам развития индустрии туризма в России и в мире. Методика организации и проведения – письменная работа, содержащая рассуждения обучающегося по заявленной теме. Для обоснования выводов автор может приводить в работе статистические материалы (данные, таблицы, графики). Структура эссе состоит из введения, основной части, заключения. Эссе может быть дополнено списком литературы. В работе не выделяются главы, вопросы или параграфы. Объем работы: 2-5 страниц текста формата А4 (не считая заголовка и списка литературы). Шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 12, интервал – 1,5, абзацный отступ – 1,25, поля стандартные (левое – 3 см, нижнее, верхнее – 2 см., правое – 1,5 см.). Тему для эссе обучающийся формулирует самостоятельно и согласовывает с преподавателем, ведущим дисциплину.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

Для достижения целей изучения дисциплины «Основы туризма» используются активные (лекции-беседы, лекции-дискуссии, семинары) и интерактивные (дискуссии, кейсы, обсуждение эссе и презентаций по проектам/заданиям) формы проведения занятий.

Использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой преследует своей целью формирование и развитие профессиональных навыков обучающихся.

При реализации различных видов учебной работы по дисциплине могут использоваться электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

В частности, учебные занятия по дисциплине могут проводиться с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) интерактивном взаимодействии обучающихся и преподавателя в режимах on-line в формах: видеолекций, лекций-презентаций, видеоконференции, собеседования в режиме чат, форума и др.

В рамках учебного курса предусмотрены производственные экскурсии на предприятия туристической Астраханской области: музейные комплексы, гостиницы, турфирмы, включая мастер-классы и встречи с представителями регионального туристического бизнеса, государственных и общественных организаций в сфере туризма и гостеприимства.

Таблица 5 – Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Организационные	Лекция-диалог	Фронтальный опрос	Не предусмотрено

основы туризма. Понятие туризма в исторической ретроспективе.			
Тема 2. Значение туризма в жизни общества. Мотивация. Виды туризма.	Лекция-диалог	Фронтальный опрос	Не предусмотрено
Тема 3. Концепция устойчивого развития туризма. Понятие об экологическом пропускном потенциале региона в связи с развитием туризма.	Лекция-диалог	Фронтальный опрос Практическое задание «Анализ особо охраняемых природных территорий региона»	Не предусмотрено
Тема 4. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства.	Лекция-диалог	Фронтальный опрос Практическое задание «анализа ассортиментной политики туристских фирм г. Астрахани»	Не предусмотрено
Тема 5. Индустрия туризма, услуги туристской индустрии. Основные понятия туристской индустрии и классификации ее объектов.	Лекция-диалог	Фронтальный опрос Практическое задание «Работа с 2ГИС»	Не предусмотрено
Тема 6. Международный рынок туризма. Характеристика международного туристского рынка. Структура туристского рынка.	Лекция-диалог	Фронтальный опрос Творческое задание «Туристские компании и организации на международном рынке туризма»	Не предусмотрено
Тема 7. Международные организации туристской индустрии, мероприятия, компании и корпорации. Гостиничные сети и ресторанные холдинги. Чартерные авиакомпании.	Лекция-диалог	Фронтальный опрос Практическое задание «Работа с 2ГИС»	Не предусмотрено
Тема 8. Агентско- операторская деятельность на международном рынке туризма.	Лекция-диалог	Фронтальный опрос Эссе	Не предусмотрено
Тема 9. Современное состояние туризма в России. Структура управления туризмом в России. Показатели роста отечественного туризма.	Лекция-диалог	Фронтальный опрос Творческое задание «Туристский рынок в России: государственные и общественные структуры в туризме на федеральном и региональном уровнях»	Не предусмотрено

Приоритетные направления развития туризма.		Итоговое тестирование	
--	--	-----------------------	--

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронных библиотек, журналов и т. д.) как источников информации;
- использование возможностей электронной почты преподавателя;
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т. д.);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Цифровое обучение») или иных информационных систем, сервисов и мессенджеров]

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения	Назначение
Adobe Reader	Программа для просмотра электронных документов
Платформа дистанционного обучения LMS Moodle	Виртуальная обучающая среда
Mozilla FireFox	Браузер
Microsoft Office 2013, Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013	Пакет офисных программ
7-zip	Архиватор
Microsoft Windows 7 Professional	Операционная система
Kaspersky Endpoint Security	Средство антивирусной защиты
Google Chrome	Браузер
Notepad++	Текстовый редактор
OpenOffice	Пакет офисных программ
Opera	Браузер

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

<i>Наименование современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем</i>
Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» https://library.asu.edu.ru/catalog/
Электронный каталог «Научные журналы АГУ» https://journal.asu.edu.ru/
Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. http://www.consultant.ru

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Паспорт фонда оценочных средств.

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

«Основы туризма» проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6 – Соответствие разделов, тем дисциплины (модуля), результатов обучения по дисциплине и оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Организационные основы туризма. Понятие туризма в исторической ретроспективе.	ОПК-2	Фронтальный опрос
2	Тема 2. Значение туризма в жизни общества. Мотивация. Виды туризма.	ОПК-2	Фронтальный опрос
3	Тема 3. Концепция устойчивого развития туризма. Понятие об экологическом пропускном потенциале региона в связи с развитием туризма.	ОПК-2	Фронтальный опрос Практическое задание «Анализ особо охраняемых природных территорий региона»
4	Тема 4. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства.	ОПК-2	Фронтальный опрос Практическое задание «анализа ассортиментной политики туристских фирм г. Астрахани»
5	Тема 5. Индустрия туризма, услуги туристской индустрии. Основные понятия туриндустрии и классификации ее объектов.	ОПК-2	Фронтальный опрос Практическое задание «Работа с 2ГИС»
6	Тема 6. Международный рынок туризма. Характеристика международного туристского рынка. Структура туристского рынка.	ОПК-2	Фронтальный опрос Творческое задание «Туристские компании и организации на международном рынке туризма»
7	Тема 7. Международные организации туристской индустрии, мероприятия, компании и корпорации. Гостиничные сети и ресторанные холдинги. Чартерные авиакомпании.	ОПК-2	Фронтальный опрос Практическое задание «Работа с 2ГИС»
8	Тема 8. Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма.	ОПК-2	Фронтальный опрос Эссе
9	Тема 9. Современное состояние туризма в России. Структура управления туризмом в России. Показатели роста отечественного туризма. Приоритетные направления развития туризма.	ОПК-2	Фронтальный опрос Творческое задание «Туристский рынок в России: государственные и общественные

			структуры в туризме на федеральном и региональном уровнях». Итоговое тестирование
--	--	--	---

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 7 – Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8 – Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задания

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тема 1. Организационные основы туризма. Понятие туризма в исторической ретроспективе.

Фронтальный опрос

1. Что такое «индустрия туризма» и в чем отличие этого понятия от дефиниции «туристический сектор»?
2. Какие нетипичные субъекты туриндустрии можно выделить?
3. Какие элементы включает в себя индустрия туризма?

4. Что такое туроператор (туроператорская деятельность) и в чем его отличие от турагента (турагентской деятельности)?
5. Туристское предприятие: функционал и цели деятельности.
6. Основные этапы эволюции туризма: особенности развития.
7. Томас Кук и Томас Беннет – родоначальники международного туризма.
8. Вклад в развитие отечественного туризма В. Генша, Л. Липсона.
9. В чем отличие 3-S и 3-L парадигм развития современного туризма?
10. Фундаментальные отличия понятий «туризм», «путешествие», «экскурсия».

Тема 2. Значение туризма в жизни общества. Мотивация. Виды туризма.

Фронтальный опрос

1. Показатели развития туризма как отрасли мировой экономики.
2. Роль туризма в развитии сфер общества.
3. Дайте характеристику базовым функциям туризма.
4. В чем отличие понятий «мотив» и «мотивация»?
5. Особенности мотивации в сфере туризма.
6. Дайте характеристику типологии туристов.
7. Перечислите виды туризма по мотивации.
8. Какие специальные категории туризма можно выделить?
9. Дайте характеристику специальным видам туризма, выделяемым в туристической практике.
10. В чем особенность форм туризма и их отличие от видовой специфики?
11. Можно ли рассматривать город Астрахань как современный туристский центр?
12. В чем его проблемы и какие Вы видите перспективы?

Тема 3. Концепция устойчивого развития туризма. Понятие об экологическом пропускном потенциале региона в связи с развитием туризма.

Фронтальный опрос

1. Что такое устойчивое развитие?
2. Дайте характеристику принципам устойчивого туризма.
3. В чем отличие устойчивого и экологического видов туризма.
4. Охарактеризуйте виды экологических туров.
5. В чем особенность трактовок экологического туризма?
6. В чем заключаются принципы экотуризма?
7. Что такое TIES? Перечислите заповеди TIES.
8. Что такое пропускной потенциал? Его значение в деле охраны природы.
9. Дайте характеристику видам пропускного потенциала.
10. Что такое (предельно-) допустимые (рекреационные) нагрузки на территорию? Приведите конкретные примеры.
11. Как Вы можете оценить потенциал Астраханской области с точки зрения развития экологического (устойчивого) туризма?
12. Есть ли в регионе перспективы для его развития?

Практическое задание «Анализ особо охраняемых природных территорий региона»

На основании анализа особо охраняемых природных территорий региона:

- 1) выбрать конкретное ООПТ;
- 2) дать этой территории краткую характеристику;
- 3) определить возможность развития на ней экологического туризма.

Тема 4. Понятие туристского продукта, его разработка и потребительские свойства.

Фронтальный опрос:

1. Что такое «туристский продукт» и его потребительная стоимость?
2. Перечислите базовые элементы турпродукта. В чем их особенность?

3. Дайте определение понятию «тур». Какие виды туров можно выделить в практике туризма в России и за рубежом?
4. Дайте характеристику функциональной схеме организованного туризма.
5. Структура туристского продукта с точки зрения заказчика и потребителя.
6. В чем заключается статус исполнителя туруслуг?
7. Перечислите базовые свойства тура.
8. Что такое «туристский маршрут», какие виды маршрутов можно выделить?
9. Этапы проектирования тура как товарного продукта.
10. Рекламные туры: виды, особенности проведения.
11. Что такое туристский продукт региона и как можно его эффективно проектировать (исходя из опыта организаторов туризма в г. Сочи).
12. Сложился ли в полной мере бренд города Астрахани – как центра культурно-познавательного туризма?

Практическое задание «анализа ассортиментной политики туристских фирм г. Астрахани»

На основании анализа ассортиментной политики туристских фирм г. Астрахани:

- 4) выбрать конкретную турфирму;
- 5) дать ей краткую характеристику;
- 6) определить наиболее популярные туристские предложения.

Тема 5. Индустрия туризма, услуги туристской индустрии. Основные понятия туриндустрии и классификации ее объектов.

Фронтальный опрос:

1. Что такое туристские услуги? В чем их особенность?
2. В чем различие основных и дополнительных услуг?
3. Охарактеризуйте свойства туристских услуг.
4. Туристская индустрия и ее основные компоненты (субъекты).
5. Поясните сущность классификации объектов туриндустрии.
6. Что такое туристские ресурсы? В чем состоит их специфика?
7. Дайте характеристику понятию «туристский интерес». Перечислите объекты туристского интереса.
8. В чем отличие понятий «туристский интерес» и «туристское впечатление»?
9. Аппетитивность в туризме: возможности создания аппетитивных зон на территории туристских регионов.
10. Территориальные понятия туристской индустрии: особенность и отличия.
11. Что в работе современных отелей уровня 4-5 зв. не учтено организаторами туризма, выделите проблемы в деятельности конкретного (на выбор) отеля.
12. Какие пути повышения качества гостиничных услуг (т.е. совокупность полезных свойств услуг, которые могли бы удовлетворить пожелания клиентов) можно порекомендовать конкретному (на выбор) отелю?

Практическое задание «Работа с 2ГИС»

Используя 2ГИС технологии, на территории конкретной части района города Астрахани (на выбор):

- 7) найти все имеющиеся астраханские турфирмы;
- 8) дать им краткую характеристику;
- 9) выявить конкурентов и обосновать свои выводы.

Тема 6. Международный рынок туризма. Характеристика международного туристского рынка. Структура туристского рынка.

Фронтальный опрос:

1. Дайте характеристику понятию «международный рынок».
2. Что входит в функции международного рынка?
3. В чем заключаются особенности международного туррынка и его структурных

элементов?

4. Перечислите туристские макрорегионы. Что определяет специфику их развития?
5. Охарактеризуйте состояние международного туррынка.
6. Какие прогнозы в развитии международного туристского рынка можно выделить?

Творческое задание «Туристские компании и организации на международном рынке туризма»

На основании анализа структуры и особенностей функционирования международных туристских холдингов и организаций подготовьте презентацию (10 – 15 слайдов) по следующим темам:

- Туристский концерн «TUI».
- Туристская компания «Abercrombie & Kent».
- Туристская компания «Butterfield & Robinson».
- Туристская компания «Gray & Co.».
- Туристская компания «Haversham & Baker Golfing Expeditions».
- Туристская компания «Whole Journeys».
- Туристская компания «Kuoni».
- Туристская компания «Adventures by Disney».
- Туристская компания «Globus-Cosmos».
- Туристский холдинг «ОТ».
- Туристская компания «VBT Bicycling & Walking Vacations».
- Туристская компания «Classic Journeys».
- Туристская компания «Wilderness Travel».
- Туристская компания «Kensington Tours».
- Всемирная туристская организация (UNWTO).
- Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC)
- Всемирная ассоциация туристических агентств (WATA).
- Международная конфедерация студенческого туризма (ISTC, WYSE).
- Международная ассоциация воздушного транспорта (IATA).
- Международная организация гражданской авиации (ICAO).
- Международная организация агентов авиакомпаний (IATAN).
- Конфедерация национальных ассоциаций гостиниц и ресторанов (HOTREC).
- Объединенная федерация ассоциаций туристических агентств (UFTAA).
- Международная ассоциация гостиниц и ресторанов (IH & RA).

Тема 7. Международные организации туристской индустрии, мероприятия, компании и корпорации. Гостиничные сети и ресторанные холдинги. Чартерные авиакомпании.

Фронтальный опрос:

1. Международные туристские организации: виды и специализация.
2. Всемирная туристская организация (ЮНВТО): структура и специфика развития.
3. Премия «World Travel Awards»: рейтинг предприятий международного туризма.
4. Ведущие предприятия международного туризма: туроператоры массового рынка.
5. Ведущие предприятия международного туризма: туроператоры рынка эксклюзивного туризма.
6. Гостиничные операторы (сети): структура и особенности развития в регионах.
7. Ресторанные сети (холдинги): структура и специфика развития.
8. Чартерные авиоперевозчики на рынке гражданской авиации.
9. Какие проблемы в работе ЮНВТО и в целом в структуре международного туризма можно назвать?
10. Какие перспективы связывает мировое сообщество с развитием туризма?
11. Какие проблемы можно назвать в деятельности известных ресторанных холдингов?
12. Какие перспективы связывают представители ресторанного бизнеса с развитием в

нашей стране гастрономической культуры?

Практическое задание «Работа с 2ГИС»

Используя 2ГИС технологии, на территории конкретной части района города Астрахани (на выбор):

- 10) найти все имеющиеся астраханские гостиницы (хостелы в расчет не берутся);
- 11) дать им краткую характеристику;
- 12) выявить конкурентов и обосновать свои выводы.

Тема 8. Агентско-операторская деятельность на международном рынке туризма.

Фронтальный опрос:

1. Сущность туристской путевки. Ваучер в индустрии туризма.
2. Туристский договор, его структура и условия.
3. Виды туроператоров: формы сотрудничества и специализация.
4. Поясните классификацию флайтеров на туристском рынке.
5. Особенность организации чартерных цепочек в туризме.
6. Виды турагентов: классификация и особенности ценообразования.
7. Дайте характеристику системе комиссионного вознаграждения в туризме.
8. Агентские сети, их виды и стратегии работы.
9. Какие проблемы в работе Российского союза туриндустрии и в целом в структуре отечественного туризма можно назвать?
10. Какие перспективы связывает Российский союз туриндустрии с развитием туризма в нашей стране?

Тематика эссе:

1. Виды социального туризма, его роль и перспективы развития в России.
2. Экологический туризм: проблемы и перспективы.
3. Этнографический туризм: тенденции развития, значение, перспективы.
4. Паломнический туризм в разных конфессиях.
5. Услуги бронирования в туризме: отношения агент-оператор.
6. Услуги бронирования в туризме: индустрия гостеприимства.
7. Приключенческий туризм в России и мире.
8. Сафари туризм: современное состояние и перспективы развития.
9. Сущность и особенности развития анимационных программ в туризме.
10. Проектирования и создание туристско-рекреационных зон и комплексов.
11. Основы корпоративной культуры в разных сферах туристской деятельности.
12. Стандартизация и сертификация туристской деятельности.
13. Тематический туризм: тенденции развития, значение, перспективы.
14. Сущность и особенности развития турагентской деятельности.
15. Сущность и особенности развития туроператорской деятельности.
16. Речные круизы: тенденции развития, значение, перспективы.
17. Морские круизы: тенденции развития, значение, перспективы.
18. Культурно-познавательный туризм: тенденции развития, значение, перспективы.
19. Экскурсионная деятельность в туризме: тенденции развития, значение, перспективы.
20. Сектор размещения в туризме: тенденции развития, значение, перспективы.
21. Сектор питания в туризме: тенденции развития, значение, перспективы.
22. Военно-исторический туризм: тенденции развития, значение, перспективы.
23. Сущность и особенности развития агротуризма.
24. Сущность и особенности развития самодельного туризма.
25. Сущность и особенности развития санаторно-курортной деятельности в туризме.
26. Сущность и особенности развития детского туризма.
27. Сущность и особенности развития пляжного туризма.
28. Сущность и особенности развития горнолыжного туризма.
29. Сущность и особенности развития образовательного туризма.

Тема 9. Современное состояние туризма в России. Структура управления туризмом в России. Показатели роста отечественного туризма. Приоритетные направления развития туризма.

Фронтальный опрос:

1. Специфика развития туризма в России: проблемы и достижения.
2. Уровни управления туризмом в РФ: особенности организации.
3. Крупнейшие туроператоры России: рейтинг, профиль, специализация.
4. Назовите тенденции развития российской индустрии туризма.
5. Показатели развития внутреннего, выездного и въездного туризма в России.
6. Какие перспективные направления в развитии туризма в РФ можно выделить?
7. Какие проблемы в работе Ростуризма и в целом в структуре отечественного туризма можно выделить?
8. Какие перспективы связывает Ростуризм и Правительство РФ с развитием туризма в нашей стране?

Творческое задание «Туристский рынок в России: государственные и общественные структуры в туризме на федеральном и региональном уровнях».

На основании аналитического обзора деятельности государственных и общественных структур в сфере туризма на региональном и федеральном уровнях (обзор деятельности представлен на официальных сайтах туристских организаций) – подготовить сообщения в формате презентаций (10 – 15 слайдов) по следующим темам:

- Министерство культуры и туризма Астраханской области.
- Министерство экономического развития Астраханской области.
- Туристско-информационный центр Астраханской области.
- Астраханский центр туристической информации.
- Астраханская туристская лига.
- Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) Министерства экономического развития Российской Федерации.
- Министерство культуры Российской Федерации.
- Национальный туристический союз.
- Российский Союз туриндустрии.
- Российская ассоциация социального туризма.
- Ассоциация туроператоров России.
- Альянс туристических агентств.
- Ассоциация «Объединение туроператоров в сфере выездного туризма «ТУРПОМОЩЬ».
- Независимый гостиничный альянс.
- Федерация рестораторов и отельеров России.
- Российская гостиничная ассоциация.
- Туристическая ассоциация «Мир без границ».

Фонд тестовых заданий по курсу:

1. Установите соответствие: путешественник и его корабль:

1.	Тур Хейердал	a.	«Виктория»
2.	Христофор Колумб	b.	«Кон -Тики»
3.	Джеймс Кук	c.	«Пинта»
4.	Фернан Магеллан	d.	«Индевер»

2. Какие памятники, приведенные ниже, не входят в список «7 Чудес света»?

- a) Храм Артемиды в Эфесе.
- b) Мавзолей Мавсола в Галикарнасе.
- c) Афинский акрополь.
- d) Пирамиды в Гизе.
- e) Ворота богини Иштар в Вавилоне.

3. Сколько республик находилось в составе СССР:

- a) 19.
- b) 7.
- c) 10.
- d) 3.
- e) 15.

4. Кто первым достиг Южного полюса:

- a) Роберт Скотт.
- b) Георгий Седов.
- c) Роберт Пири.
- d) Руаль Амундсен.

5. Кто в официальной историографии первым достиг Северного полюса:

- a) Роберт Пири.
- b) Роберт Скотт.
- c) Руаль Амундсен.
- d) Георгий Седов.

6. Кто из европейских мореплавателей впервые достиг Мыса Доброй Надежды?

- a) Педру Алвариш Кабрал.
- b) Вашку Фернандеш де Коутиньо.
- c) Бартоломеу Диаш.
- d) Гонсалу Коэльо.

7. Какой народ в настоящее время является преемником древней цивилизации инков в Южной Америки?

- a) Кечуа.
- b) Майя.
- c) Науа.

8. Изучением какой страны занимался Марко Поло?

- a) Египта.
- b) Индии.
- c) Африки.
- d) Китая.
- e) Малайзии.

9. Эта европейская страна захватила в 16 веке в Южной Америке все земли, кроме Бразилии -

- a) Франция.
- b) Испания.
- c) Англия.
- d) Португалия.

10. Новый свет снабжал Европу табаком, кофе, маисом, европейцы же завезли туда:

- a) Цивилизацию.
- b) Чуму, оспу, тиф.
- c) Рабов.
- d) Золото.

11. Какую цивилизацию индейцев Южной Америки покорил конкистадор Франсиско Писарро?

- a) Майя.
- b) Инков.
- c) Ацтеков.

12. Как звали русского путешественника — одного из первых европейских путешественников, добравшегося до Индии?

- a) Афанасий Никитин.
- b) Ермак Тимофеевич.
- c) Ерофей Хабаров.
- d) Семён Дежнёв.

13. Кто из русских мореплавателей первым прошел по проливу между Чукоткой и Аляской, достиг Северной Америки и открыл ряд островов Алеутской гряды.

- a) Витус Беринг.
- b) Фаддей Беллинсгаузен.
- c) Геннадий Невельский.
- d) Николай Муравьев-Амурский.

14. Антарктиду открыли:

- a) Крузенштерн и Лисянский.
- b) Джон Кэбот.
- c) Беллинсгаузен и Лазарев.
- d) Абел Янсзон Тасман.

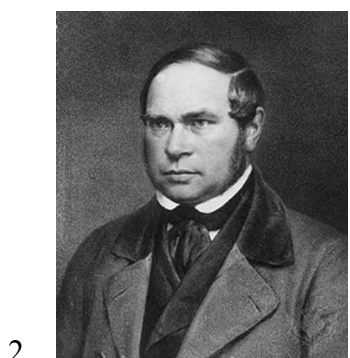
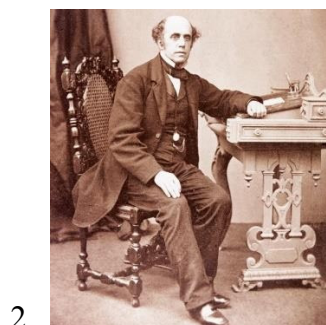
15. В каком году образовался СССР:

- a) 1917.
- b) 1920.
- c) 1918.
- d) 1922.
- e) 1924.

16. Установите соответствие: организация и время ее учреждения?

1.	Акционерное общество "Иматры"	a.	1929
2.	"Русский туринг-клуб"	b.	1885
3.	ГАО "Интурист"	c.	1895
4.	"Предприятие для общественных путешествий во все страны света"	d.	1871

17. Установите соответствие: фото и фамилия человека, внесшего свой вклад в развитие путешествий и туризма.



- a) Карл Бедекер
- b) Томас Кук
- c) Теофраст Ренодо
- d) Джордж Стефенсон

18. Какие достопримечательности из представленного ниже списка дошли до наших дней?

- a) Форосский маяк в Александрии;
- b) Пергамский алтарь;
- c) Афинский акрополь.
- d) храм Артемиды в Эфесе;
- e) статуя Зевса в Олимпии;

f) храмовый комплекс в Теотиуакане;

g) пирамиды египетских фараонов в Гизе;

h) мавзолей Мавсола в Галикарнасе;

i) сады Семирамиды;

19. Какое событие являлось центральным в рамках проведения Т. Куком первого в мире железнодорожного тура из г. Лестер в г. Лафборо?

a) экскурсия по городу.

b) прогулка на лодках.

c) лекция о здоровом образе жизни.

d) просмотр концерта на открытом воздухе.

e) игра в крикет.

20. В каком году Томас Кук открыл свою контору - "магазин туристических путевок" ?

a) 1863.

b) 1855;

c) 1851;

d) 1865.

e) 1841;

f) 1846;

g) 1845;

21. Кто из приведенного ниже списка вошел в историю российского туризма как теоретик организованных гран-туров?

a) Вениамин Генш;

b) Леопольд Липсон.

c) Александр Герд;

d) Николай Гейнике;

e) Иван Гревс;

22. Какая организация является родоначальником масштабного туристского движения в России?

a) Русское горное общество;

b) Крымско-кавказский горный клуб.

c) Акционерное общество "Иматры";

d) Российское общество велосипедистов-любителей;

23. Назовите создателя индивидуальных (сценических, театральных) туров.

a) Томас Кук;

b) Томас Беннет;

c) Рэй Томсон.

d) Готтлиб Дуттвайлер;

e) Карл Ризель;

f) Джон Мэйсон Кук;

g) Генри Ланн;

24. На какой период приходится этап становления социального туризма?

a) с 1914 г. по 1945 г.;

b) с 1841 г. по 1914 г.;

c) до 1841 г.;

d) с 1945 г. до наших дней;

25. Стадия массового индустриального туризма характеризуется

a) потреблением ради потребления.

b) множественностью узкоспециализированных сегментов туристского спроса;

c) потреблением как подтверждением факта растущего благосостояния;

d) однородностью потребностей, мотиваций туристов;

26. Как зовут первого в мире космического туриста?

a) Деннис Тито;

b) Чарльз Симони;

c) Грегори Олсен;

- d) Ануше Ансари.
- e) Марк Шаттлворт;

27. Укажите верную продолжительность тура (в отличие от экскурсии):

- a) менее 24 часов;
- b) более 24 часов;
- c) менее 24 часов с ночевкой;
- d) 48 часов и более.

28. Лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки и использующее услуги экскурсовода, гида-переводчика называется:

- a) мигрант;
- b) турист;
- c) экскурсант;
- d) путешественник.
- e) репатриант;

29. Национальный туризм – это:

- a) деятельность, связанная с осуществлением туризма жителей одной страны на территории другой страны.
- b) совокупность деятельности в сфере внутреннего и выездного туризма.
- c) любые виды туризма на организованной основе, разрабатываемые и осуществляемые организаторами туризма.
- d) временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в пределах своей страны с определенными целями.

30. Каким цветом отображается межсезонье?

- a) синим;
- b) белым;
- c) зеленым;
- d) черным.
- e) красным;

31. Непродолжительная прогулка (1-2 дня) по слабопересеченной местности; поход выходного дня, в который ходят налегке – это:

- a) кроссинг.
- b) хайкинг;
- c) бэкпэкинг;
- d) трекинг;

32. Какие из перечисленных ниже потребностей являются специфическими?

- a) потребности в передвижении, размещении и питании;
- b) потребности, зависящие от цели поездки (потребности в лечении, получении впечатлений, общении, развлечениях и т.д.);
- c) потребности, которые удовлетворяются предприятиями сервиса, торговли, культурными и развлекательными учреждениями.

33. Формирование здорового поколения является базовой задачей следующей сферы общества:

- a) общественной.
- b) социальной.
- c) гуманитарной.
- d) воспитательной.
- e) биологической.
- f) экологической.

34. Аббревиатура 3-S туризма состоит из следующих слов:

- a) Shine.
- b) Summer.
- c) Sand.
- d) Sun.
- e) Sunday.

f) Sea.

35. Дайте верное определение самодеятельному туризму:

- a) групповые или индивидуальные путешествия, организуемые туристами самостоятельно, но под руководством опытного инструктора, как правило в рамках добровольных туристско-спортивных организаций;
- b) групповые или индивидуальные путешествия, организуемые турпредприятиями по предварительно разработанным туристским программам и маршрутам;
- c) групповые или индивидуальные путешествия, разработанные и осуществляемые туристами самостоятельно без непосредственного участия (или без участия в основной части организации путешествия) организаторов туризма.

36. Установите соответствие: функция туризма / ее конкретизирующая основа.

1.	восстановительная функция	a.	зрелищная, физкультурно-спортивная
2.	развлекательная функция	b.	профессионально-деловая
3.	развивающая функция	c.	гостевая
4.	экономическая функция	d.	образовательная, религиозная, познавательная
5.	интеграционная (социальная) функция	e.	курортная, лечебно-оздоровительная, рекреационная

37. С какими аспектами развития туризма связан принцип устойчивости?

- a) экономическим;
- b) социокультурным;
- c) экологическим;
- d) все вышеперечисленное.

38. Назовите европейского путешественника, создавшего первый туристский путеводитель:

- a) Томас Беннет.
- b) Карл Ризель.
- c) Карл Бедекер.
- d) Джованни Галиньяни.
- e) Томас Кук.
- f) Вениамин Генш.

39. Временные рамки туризма в отечественной практике организации туристского бизнеса в отличие от западноевропейской парадигмы включают в себя следующий временной интервал:

- a) менее 24 час. до полугода.
- b) от 48 час. до полугода.
- c) менее 24 час. до одного года.
- d) от 48 час до года.
- e) от 24 час. до полугода.
- f) от 24 час. до одного года.

40. Туристы, которые ориентируются на непрерывное "потребление" впечатлений, событий, удовольствий, относятся к следующему типу туристов:

- a) F-тип.
- b) W1-тип.
- c) A-тип.
- d) S-тип.
- e) B-тип.
- f) W2-тип.

41. "Посещение земель предков", как вид туризма, иначе может быть назван:

- a) этнографическим.
- b) религиозным.
- c) культурно-познавательным.
- d) ностальгическим.

- e) агротуризмом (сельским).
- f) джайлоо-туризмом.

42. Проведение туров экологического туризма (экотуров) вне границ ООПТ (особо охраняемых природных территорий) относится к:

- a) узкой трактовке экотуризма.
- b) экстенсивной трактовке экотуризма.
- c) интенсивной трактовке экотуризма.
- d) широкой трактовке экотуризма.

43. Ознакомление природных объектов в ходе преодоления препятствий на маршруте экологического туризма следует относить к:

- a) пассивной форме.
- b) спортивной форме.
- c) активной форме.
- d) все вышеперечисленное.

44. Мера посещаемости туробъекта или местности, превышение которого ведет за собой ухудшение впечатлений от поездки называется:

- a) все вышеперечисленное.
- b) местным социальным пропускным потенциалом.
- c) туристским социальным пропускным потенциалом.
- d) экологическим пропускным потенциалом.

45. Рассмотрим ситуацию: благодаря расчету показателя предельно-допустимых нагрузок на территорию было определено, что на буферной (сопредельной) территории заповедника в 2020 г. можно организовать прием 2,5 тыс. человек с возможным увеличением туристского трафика на 500 - 1000 чел. Как правильно назвать уровень рекреационной нагрузки заповедника в данной конкретной ситуации:

- a) квота мест с жестким определением нижнего предела.
- b) квота мест без жесткого определения верхнего предела.
- c) квота мест с жестким определением верхнего предела.
- d) квота мест без жесткого определения нижнего предела.

46. Туристская услуга - это:

- a) результат деятельности турпредприятий по удовлетворению потребностей туристов в организации и осуществлении тура.
- b) подтверждение факта передачи (оплаты) туристского продукта.
- c) право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания.
- d) потенциальная способность товара/услуги удовлетворять конкретную потребность.

47. Особенность туристской услуги:

- a) неосвязаема;
- b) возможность складирования.
- c) потребляется по мере необходимости (по заявке);

48. Потребителями туристских услуг являются:

- a) турагенты.
- b) музеи.
- c) гостиницы.
- d) туристы.
- e) туроператоры.

49. Определите, в каких(ом) случаях(е) речь идет о туристах:

- a) профессор Иванов из г. Самары провел неделю в своем загородном доме-даче.
- b) гражданка Смирнова, проживающая в г. Саратов, отправилась на конференцию в г. Пятигорск.
- c) все вышеперечисленное.
- d) житель г. Волгоград, отправляясь за покупками, попутно посетил исторический музей.

50. Транслируемый образ объекта, определяющий отношение к нему называется:

- a) гарантия.
- b) имидж.

- с) качество.
- д) марка.
- е) логотип.

51. Расположите в правильной последовательности основные этапы работы с туром как с товарным продуктом:

1.	3 этап:	a.	презентация и реклама.
2.	1 этап:	b.	продажа тура.
3.	2 этап:	c.	экспериментальное внедрение.

52. Определите верное соответствие:

1.	Инклюзив-тур:	a.	набор туруслуг с учетом транспортных расходов.
2.	Пэкидж-тур:	b.	поливариантный тур, адаптированный под конкретные потребности туристов.
3.	Эксклюзив (заказной) тур:	c.	набор туруслуг без учета (в основном) транспортных расходов.

53. Какие три базовых элемента формируют туристский продукт?

- a) реализация туристских товаров.
- b) деятельность туроператоров.
- c) деятельность туристско-гостиничных комплексов.
- d) деятельность турагентов.
- e) реализация тур(пакета).
- f) предоставление дополнительных туристско-экскурсионных и развлекательных услуг.

54. Что включает в себя понятие тур?

- a) сроки поездки.
- b) турпакет.
- c) развлекательные услуги.
- d) туристские товары.
- e) дополнительные туристско-экскурсионные услуги.
- f) туристский маршрут.

55. Турист – это «посетитель», а входит ли экскурсант в понятие «посетитель»?

- a) да, входит.
- b) нет, не входит.

56. Турагентом называют туристское предприятие, которое:

- a) ведает монопольным правом на реализацию туристских услуг.
- b) осуществляет продвижение турпродукта на рынок и его реализацию.
- c) выполняет работы по формированию туристского пакета.
- d) ответственно за мероприятия по формированию, продвижению и реализации турпродукта.

57. Какие элементы туристского пакета «мини» не являются обязательными?

- a) трансфер.
- b) услуги размещения.
- c) экскурсионные услуги.
- d) услуги питания.
- e) транспортные услуги.

58. По построению трассы маршрута подразделяются на:

- a) линейные.
- b) кольцевые.
- c) радиальные.
- d) ризоматические.
- e) бинарные.

59. Рассмотрим ситуацию: астраханская туристская фирма "Капри М" заключила договора с транспортной компанией "Везем" (г. Астрахань), рестораном "Джангар", кафе "Волна" и экскурсионным бюро "Элиста-Резорт" (г. Элиста) на предоставление услуг в течение

лета 2020 г. Программа турфирмы включает в себя туристическое путешествие в республику Калмыкия. Отбытие из Астрахани запланировано в 07.00, проезд в г. Астрахань - в 22.30. Как можно классифицировать данное туристическое путешествие:

- a) как тур.
- b) как экскурсию.

60. Как в юридической практике именуют туроператора:

- a) формант.
- b) принципал.
- c) проектор.
- d) спектор.

61. Доля дополнительных туристско-экскурсионных и развлекательных услуг в структуре турпродукта составляет:

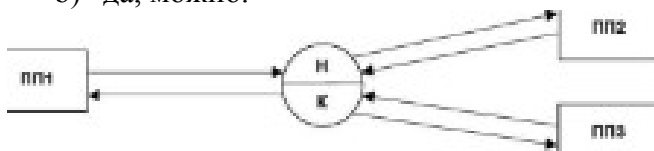
- a) 30 %.
- b) 20 %.
- c) 40 %.
- d) 10 %.

62. Кто из представленного ниже списка является соисполнителем туристского продукта?

- a) турист.
- b) предприятие питания.
- c) музей.
- d) экскурсанта.
- e) транспортная компания.
- f) экскурсионное бюро.

63. Директора турфирмы пригласили на региональное телевидение прокомментировать текущие процессы в отечественной туристической индустрии. Можно ли расценивать его интервью как элемент продвижения турпродукта(ов)?

- a) нет, нельзя.
- b) да, можно.



64. Как Вы можете классифицировать данный вид маршрута?

- a) линейный.
- b) другой вид маршрута.
- c) комбинированный.
- d) радиальный.
- e) кольцевой.

65. Калькуляция затрат по туру с определением его продажной цены и норматива прибыли иначе называется:

- a) нормирование.
- b) определение рентабельности.
- c) определение экономических нормативов.
- d) технико-экономическое обоснование.

66. Знание того, как производятся туристские услуги (комплекс туруслуг) характеризует:

- a) неспособность к хранению.
- b) неосвязаемость или нематериальный характер туруслуг.
- c) неразрывность (неотделимость) производства и потребления туруслуг.
- d) изменчивость качества услуги.

67. Как называется номер в средстве размещения, состоящий из нескольких жилых комнат одна из которых имеет кухонное оборудование:

- a) бунгало.
- b) двухкомнатный одно-двухместный номер;
- c) сюит;

d) апартамент;

68. Договор о квоте мест без гарантии заполнения, иначе называемый «мягкий блок»:

- a) договор элотмента.
- b) договор приоритетного бронирования;
- c) договор комитмента;
- d) договор аренды;

69. Обозначение FB+ обозначает:

- a) полупансион с включением алкоголя.
- b) полупансион;
- c) полный пансион;
- d) полный пансион с включением алкоголя;

70. Обозначение HB обозначает:

- a) полный пансион с включением алкоголя;
- b) полупансион с включением алкоголя.
- c) полный пансион;
- d) полупансион;

71. Европейский план (EP) – это:

- a) другое.
- b) питание и размещение (B&B);
- c) только питание;
- d) только размещение;

72. Какие авиакомпании из приведенного ниже списка являются чартерными?

Примечание: в практике турбизнеса чартерные авиакомпании могут быть абсолютно чартерными (организуют только чартерные рейсы), а также преимущественно чартерными (то есть помимо чартерных рейсов также организуют регулярные рейсы). Названия чартерных авиакомпаний, как правило, несколько отличаются от традиционных авиакомпаний, представленных на национальных рынках авиаперевозок:

- a) «Азур эйр»;
- b) «Аэрофлот»;
- c) «Сибирь» («S 7»);
- d) «Победа».
- e) «ЮТэйр»;
- f) «Ай флай»;

73. Общероссийский генеральный реестр туристических агентств располагается на базе:

примечание: в России существует несколько реестров турпредприятий. В эти реестры заносится вся информация о турфирмах, представленных на рынке. Один реестр - Единый федеральный реестр туроператоров - обязательный. То есть в этот реестр руководство компаний-туроператоров в обязательном порядке подает всю необходимую информацию о своих компаниях. Внесение этой информации в реестр является условием функционирования туроператора на рынке. В ином случае - деятельность туроператора на рынке не легитимна. Есть еще несколько реестров для турагентов. Но в настоящее время они не обязательны. Самым крупным реестром турагентств в России является Общероссийский генеральный реестр туристических агентств:

- a) Ассоциации туроператоров в сфере выездного туризма «Турпомощь»;
- b) Российского союза туриндустрии.
- c) Ассоциации туроператоров России;
- d) Федерального агентства по туризму;



74. Кто этот человек?

- a) Томас Кук - основатель компании "Thomas Cook Group".
- b) Генри Ланн - основатель компании "Lunn Poly" (компания вошла в "Thomson Holidays").
- c) Готтлиб Дуттвайлер - основатель компании "Hotelplan".
- d) Рэй Томсон - основатель компании "Thomson Holidays" (в наст. вр. - "TUI Group").

75. Какая из перечисленных гостиничных сетей (цепей) является российской?

- a) Four Seasons.
- b) Accor.
- c) Azimut.
- d) Radisson.
- e) Belmond.
- f) Park Inn.



76. Кто этот человек?

- a) Томас Кук - основатель компании "Thomas Cook Group".
- b) Рэй Томсон - основатель компании "Thomson Holidays" (в наст. вр. - "TUI Group").
- c) Готтлиб Дуттвайлер - основатель компании "Hotelplan".
- d) Генри Ланн - основатель компании "Lunn Poly" (компания вошла в "Thomson Holidays").

77. Туристский интерес – это:

- a) перспектива получения туристом объективной информации, положительных эмоций и потенциальная возможность удовлетворения потребности туриста в конкретной туруслуге, основанной на определенном комплексе туристских ресурсов.
- b) комплекс эмоций, возникший в результате потребления туристом туруслуг;
- c) природно-климатические, социокультурные, архитектурные, археологические и иные явления и объекты, способные привлекать туристов и удовлетворять их потребности в процессе туризма;

78. Могут ли участвовать в директорских турах рядовые специалисты турфирм?

- a) да, могут.
- b) нет, не могут.

79. Аттрактивность в индустрии туризма – это:

- a) рост.
- b) привлекательность;
- c) активность;
- d) стимулирование;
- e) развитие;

80. Посещение семинаров конференций и выставок в рамках обычных информационных

туров называется:

- a) фам-тур.
- b) стади-тур.
- c) директорский тур.
- d) смарт-тур.

81. Что такое дестинация?

- a) история туристской территории;
- b) место назначения;
- c) достопримечательность;
- d) туристское направление.
- e) центр туризма;
- f) личное портфолио туриста;

82. Приносят ли прибыль рекламные туры в ближнесрочной перспективе?

- a) да, приносят значительную прибыль.
- b) нет, прибыль в ближнесрочной перспективе не приносят.
- c) вообще не приносят никакой прибыли.
- d) да, приносит умеренную прибыль.

83. Туристский центр – это:

- a) центр (территория) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами, который может привлекать и удовлетворять потребности туристов;
- b) территория, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха или оздоровления;
- c) местность, привлекающая туристов в силу наличия специфических рекреационных ресурсов, удобств транспортно-географического положения, а также доступной для туристов информации, характеризующий уровень осведомленности туристов об особенностях ресурсной базы туристской территории.

84. Фам-тур – это:

- a) тур для фанатов в рамках событийного туризма.
- b) казино-тур.
- c) образовательный тур.
- d) информационный, ознакомительный тур.

85. Буквы, звезды, луны, короны и т.д. в системе классификации по своей сути это:

- a) дифференциалы.
- b) параметры.
- c) категории.
- d) классификаты.

86. Эмоции, возникшие в результате потребления туристских услуг, называют:

- a) туристским интересом.
- b) туристскими ресурсами.
- c) туристским впечатлением.

87. Определите верное соответствие:

1.	Ассортимент пакетных туров, предлагаемый организатором туризма:	a.	продукт туристского направления.
2.	Достопримечательный объект (возможно даже самый посредственный), с оборудованной в месте ее локализации инфраструктурой:	b.	потенциальный объект туристского интереса.
3.	Совокупность объектов туристского интереса той или иной территории:	c.	продукт туроператора.
4.	Выдающийся достопримечательный объект, без оборудованной в месте ее локализации инфраструктуры:	d.	объект туристского интереса.

88. Туристские ассоциации, профессиональные объединения в сфере туризма можно отнести к:

- a) производственным туристским предприятиям.
- b) учреждениям самодеятельного туризма.
- c) учебным, научным и проектным учреждениям.
- d) органам управления туризмом.

89. Рассмотрим ситуацию: представим, что на территории Икрянинского района Астраханской области построен крупный туристско-гостиничный комплекс "Волжаночка" (4 звезды), который отличается от подобных комплексов региона своей разветвленной инфраструктурой, включающую прекрасный ресторан, теннисный корт, катание на байдарках и велосипедах, близостью к природным достопримечательностям района.

В программе тура указывается, что доставка до центра города занимает всего 30 минут! До места туристов довозят на скоростных бударках, время в пути приемлемо; во время пути туристам разрешается осуществлять фото и видео съемку, в т.ч. делать селфи, благо, что перевозка осуществляется без массивных спасательных жилетов, которые так полнят туристов, попавших в кадр.

Вместе с тем, по данным рейтингового агентства "Стрим-классификация", несмотря на достаточно низкие цены загрузка комплекса минимальна. В чем причина? Выберите факторы, которые не были учтены руководством ГТК (гостинично-туристского комплекса) при работе на туристском рынке региона:

- a) комплекс не прошел классификацию.
- b) доставка осуществляется без учета комфорта.
- c) вопросы безопасности доставки туристов не учтены.
- d) на территории комплекса не предоставляются досуговые услуги.
- e) на территории комплекса не предоставляются услуги питания.
- f) в рекламных материалах приводится заведомо ложная информация.
- g) услуги размещения предоставляются с нарушением установленных требований.

90. Кавказские минеральные воды (КМВ) - это группа курортов федерального значения на территории Ставропольского края (Ставропольского региона РФ). По вашему мнению, КМВ - это туристский регион?

- a) да, КМВ можно назвать туристским регионом.
- b) нет, КМВ нельзя назвать туристским регионом.

91. Определите верное соответствие:

1.	Способность организаторов туризма на региональном рынке формировать туристские впечатления туристов:	a.	туристский центр.
2.	Ресурсный потенциал места временного пребывания:	b.	туристское направление.
3.	Инфраструктурная оснащенность региона (территории, местности):	c.	туристская территория.
4.	Туристский потенциал территории, определяющий информированность туристов о месте временного пребывания:	d.	туристская дестинация.
5.	Концентрация сил турпредприятия на определенном сегменте рынка:	e.	туристский регион.

92. Кто из представленного перечня является туроператором эксклюзивного туризма:

- a) «Coral Travel»;
- b) «Trafalgar».
- c) «Butterfield & Robinson»;
- d) «TUI Group»;
- e) «Hotelplan»;

93. Компания "Adventures by Disney" является оператором парков развлечений

"Вселенной Диснейленд". Определите какое количество Диснейлендов находится в той или иной стране:

1.	Китай:	a.	2
2.	Франция:	b.	1
3.	Япония:	c.	1
4.	США:	d.	2

94. Назовите количество международных организаций сферы туризма и гостеприимства:

- a) более 50.
- b) более 300.
- c) более 150.
- d) более 250.
- e) более 200.
- f) более 100.



95. Данная эмблема (логотип) является идентификатором следующей международной организации:

- a) ХОТРЕК.
- b) ЮНВТО.
- c) ИАТА.
- d) ИКАО.
- e) ИКОМОС.

96. Поездки для туристов в режиме SMART отвечают следующему требованию:

- a) экономия на том, что менее всего потребляется в туре.
- b) экономия на всем, что способствует достижению максимальной экологичности тура.
- c) экономия на всем, что входит в стоимость тура.
- d) экономия на всем, что в стоимость тура не входит (услуги за дополнительную плату).
- e) экономия на том, что более активно потребляется в туре.

97. Определите верное соответствие: международная организация / страна:

1.	Kuoni Group:	a.	Великобритания.
2.	TUI Group:	b.	Швейцария.
3.	DERTOUR:	c.	США.
4.	Abercrombie & Kent:	d.	Германия.
5.	Thomson:	e.	Канада.
6.	ODEON:	f.	США.
7.	G Adventures:	g.	Великобритания.
8.	Kensington Tours :	h.	Турция.
9.	Trafalgar:	i.	Канада.

10.	Butterfield & Robinson :	j.	США.
11.	Virgin Holidays:	k.	США.
12.	Hotelplan:	l.	Великобритания.

98. Является ли русский язык одним из официальных языков Всемирной туристской организации?

- a) нет, не является.
- b) да, является.

99. Определите верное соответствие: тип организации / конкретная организация:

1.	Мировые туристские организации общего характера:	a.	Международный комитет по культурному туризму.
2.	Региональные туристские организации общего характера:	b.	Международный туристский альянс.
3.	Специализированные международные туристские организации:	c.	Европейская ассоциация школ гостиничного бизнеса.

4.	Мировые туристские организации отраслевого характера:	d.	Европейская комиссия путешествий.
5.	Особые организации туристской сферы:	e.	Конфедерация национальных ассоциаций гостиниц, ресторанов и кафе Европы.
6.	Региональные туристские организации отраслевого характера:	f.	Федеральное агентство по туризму РФ

100. Назовите туристский концерн, частично принадлежащий российскому предпринимателю-миллиардеру Алексею Мордашову:

- a) DERTOUR.
- b) Thomson.
- c) Globus-Cosmos.
- d) Thomas Cook.
- e) TUI Group.

101. Определите верное соответствие: бренд конкретной компании / профиль деятельности:

1.	ВФС Глобал:	a.	организация эксклюзивных приключенческих туров.
2.	Отиум:	b.	экспертиза, логистика и управление компаниями.
3.	Космос:	c.	организация речных круизов.
4.	Глобал Тревел Сервис:	d.	логистическое планирование пакетных туров.
5.	Глобал Тревел Дистрибуция:	e.	организация морских круизов.
6.	Глобус:	f.	логистическое планирование индивидуальных туров, совершаемых туристами самостоятельно.
7.	Монограмс:	g.	организация программ самостоятельного туризма.
8.	Авалон Вотервей:	h.	предоставление информационных услуг и услуг бронирования.
9.	Аберкромби и Кент:	i.	предоставление визовых услуг.

102. Наличие у туроператора своего представительства на курорте предполагает:

- a) репрезентативную форму туроперейтинга;
- b) презентативная форму туроперейтинга.

103. Документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания (точнее - определяющий возможность получения туристом туристских услуг по договору):

- a) памятка туриста;
- b) туристская путевка;
- c) информационный лист(ок).
- d) туристский ваучер;

104. Назовите оператора автобусного туризма:

- a) «Дельфин».
- b) «Туртрансвояж»;
- c) «Алеан»;

- d) «Библио Глобус»;
- e) «НТК-Интурист»;

105. Группы туроператоров, консолидирующих свои усилия в рамках пула (объединения) в целях приобретения блоков кресел в салоне воздушного лайнера, называются:

- a) относительные флайтеры;
- b) нон-флайтеры;
- c) чартерные компании.
- d) абсолютные флайтеры;

106. Является ли meet-компания инициативным туроператором?

- a) да, является.
- b) нет, не является.

107. Совмещенная агентская сеть – предполагает:

- a) контакт туроператора с потребителями через один уровень посредников (турагентов);
- b) контакт туроператора с потребителями через второй уровень посредников - субагентов или субагента.
- c) контакт туроператора с турагентами через собственных представителей в регионах;
- d) существование посредника в виде общей базы данных между несколькими туроператорами и турагентами;

108. Эффективность работы туристской фирмы определяется потенциальным количеством потребителей. Сколько их должно быть, чтобы деятельность турпредприятия приносила устойчивый доход?

- a) 3000 чел.
- b) 15000 чел.
- c) 8000 чел.
- d) 10000 чел.
- e) 12000 чел.
- f) 1000 чел.

109. В настоящее время на российском туристском рынке большинство федеральных туристских предприятий формирует туристские продукты посредством работы напрямую с туристскими компаниями на местах (как в России, так и за рубежом, как по приему, так и на выезд). В этой связи, федеральные туристские компании можно назвать:

- a) аутгоинговыми компаниями.
- b) истинными туроператорами.
- c) инсайдинговыми компаниями.
- d) туроператорами-посредниками.
- e) meet-компаниями.
- f) инкаминговыми компаниями.

110. Возрастание числа посредников между туроператором и конечным потребителем ведет к:

- a) удорожанию туристского предложения.
- b) ограничению ассортимента туристского предложения.
- c) удешевлению туристского предложения.
- d) снижению четкости управления в сбытовой сети.
- e) повышению ассортимента туристского предложения.
- f) повышению четкости управления в сбытовой сети.

111. Определите верное соответствие: функции / профиль турагентства:

1.	Турагентство может продавать туры любого туроператора:	a.	уполномоченные агентства.
2.	Турагентство продает туры любого туроператора, кроме определенного	b.	ритейлинговые агентства.

	направления, по которому работает с конкретной туристской компанией:		
3.	Турагентство работает под брендом определенной туристской компании, при этом может реализовывать туры любых туроператоров:	c.	частично зависимые агентства.
4.	Турагентство продает туры конкретной туристской компании:	d.	независимые агентства.

112. Может ли туроператор, помимо своего непосредственного профиля работы, заниматься турагентской деятельностью?

- a) нет, не может.
- b) да, может.

113. Определите верное соответствие:

1.	Неназванный принципал:	a.	туры реализуются как собственные, так как турпродукт туристской компании-партнера модифицирован.
2.	Скрытый принципал:	b.	туры реализуются от лица и по поручению турпредприятия-партнера.
3.	Названный принципал:	c.	туры реализуются от своего лица, но с указанием принадлежности турпродукта к турпредприятию-партнеру.

114. Может ли турагент, помимо своего непосредственного профиля работы, заниматься туроператорской деятельностью?

- a) нет, не может.
- b) да, может.

115. Определите верное соответствие: туроператор и его профиль:

1.	Туроператор, обеспечивающий полную загрузку воздушного судна по тому или иному направлению:	a.	специализированный туроператор.
2.	Туристское предприятие, имеющее право "накидывать" на стоимость турпродукта оператора любую устраивающую его сумму:	b.	несвободное агентство.
3.	Туроператор работает в сфере экскурсионно-познавательного, круизного и автобусного туризма:	c.	свободное агентство.
4.	Туристское предприятие, получающее за сбыт турпродукта комиссионное вознаграждение:	d.	оператор массового рынка.
5.	Туроператор работает в сфере культурно-познавательного туризма:	e.	абсолютный флайтер.

116. Турфирма-агент "Вперед к солнцу" работает с туроператором "#Весна-Тур" на основании договора. За продажу одного тура турагент получает 12% комиссии. Определите сумму комиссионного вознаграждения, которое получит агентство "Вперед к солнцу" за полгода работы с туроператором, если известно, что за месяц агентство реализует по 30 туров, стоимостью 17 000 руб.

- a) 189340 руб.
- b) 367200 руб.
- c) 398720 руб.
- d) 487392 руб.
- e) 276300 руб.

117. Расположите в правильной последовательности туристские макрорегионы мира (без учета Южной Азии) в соответствии с местом, которого они занимают по объемам международных прибытий:

1.	Африка	a.	более 16 % от турпотока.
2.	Америка	b.	более 6 % от турпотока.
3.	Европа	c.	более 5 % от турпотока.
4.	Азиатско-Тихоокеанский регион	d.	более 50 % от турпотока.
5.	Ближний и Средний Восток	e.	около 22 % от турпотока.

118. Установите соответствие: туристская организация / очередность образования (от первого (1) до последнего (5)):

1.	Контора Томаса Кука	a.	3
2.	Туристское бюро К. Ризеля	b.	1
3.	Бюро путешествий «Райзебюро Штанген»	c.	2
4.	«Предприятие для общественных путешествий во все страны света Л. Липсона»	d.	4
5.	Туристская компания Генри Ланна	e.	5

119. Федеральное агентство по туризму (Ростуризм) относится к:

- a) Министерству финансов Российской Федерации;
- b) подчиняется непосредственно Правительству РФ.
- c) Министерству промышленности и торговли Российской Федерации;
- d) Министерству экономического развития Российской Федерации;
- e) Министерству культуры Российской Федерации;

120. Инсентив-тур – это:

- a) тур для фанатов в рамках событийного туризма;
- b) казино-тур;
- c) информационный, ознакомительный тур;
- d) поощрительный тур.
- e) образовательный тур.

121. Туристская дестинация – это:

- a) центр (территория) со всевозможными удобствами, средствами обслуживания и услугами, который может привлекать и удовлетворять потребности туристов;
- b) территория, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха или оздоровления;

- с) местность, привлекающая туристов в силу наличия специфических рекреационных ресурсов, удобств транспортно-географического положения, а также доступной для туристов информации, характеризующий уровень осведомленности туристов об особенностях ресурсной базы туристской территории.

122. В каком макрорегионе мира межрегиональные потоки преобладают над внутрирегиональными?

- a) Америка.
- b) Южная Азия;
- c) Ближний и Средний Восток;
- d) Европа;
- e) Африка;
- f) Азиатско-Тихоокеанский регион;

123. В каком году Томас Кук организовал первый континентальный тур?

- a) 1846;
- b) 1872.
- c) 1863.
- d) 1851;
- e) 1841;
- f) 1855;
- g) 1845;

124. В 2018 г. число совершаемых россиянами поездок по стране превысило более:

- a) 60 млн. чел.
- b) 90 млн. чел.
- c) 50 млн. чел.
- d) 20 млн. чел.
- e) 40 млн. чел.

125. Сколько иностранных туристов приехало в нашу страну в рамках игр Чемпионата мира по футболу 2018 г.?

- a) 2,5 - 4,2 млн чел.
- b) 2 - 2,5 млн чел.
- c) 1,5 - 3 млн чел.
- d) 3,4 - 5 млн чел.

126. Объемы расходов китайских туристов по программам внутреннего туризма в 2017 г. составили:

- a) более 450 млрд долл.
- b) более 380 млрд долл.
- c) более 220 млрд долл.
- d) более 600 млрд долл.
- e) более 500 млрд долл.

127. Какая из представленных стран - лидеров по числу туристских прибытий является по своей сути "транзитным терминалом" в турах по Европе?

- a) Франция.
- b) Испания.
- c) Италия.
- d) Бельгия.
- e) Греция.

128. Согласно ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» предполагалось, что на 1 рубль бюджетных средств должны быть привлечены:

- a) 4 - 5 рубля внебюджетных инвестиций.
- b) 3 - 4 рубля внебюджетных инвестиций

- c) 2 - 3 рубля внебюджетных инвестиций.
- d) 1 - 2 рубля внебюджетных инвестиций.

129. Какой вид туризма на территории Астраханской области предполагалось развивать в рамках ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»?

- a) экологический.
- b) этнографический.
- c) пляжный.
- d) культурно-познавательный.
- e) лечебно-оздоровительный.
- f) круизный.



130. Логотип какой российской туристской компании вы видите?

- a) Тез Тур.
- b) Корал Тревел.
- c) Библио Глобус.
- d) Алеан.
- e) Дельфин.
- f) Пегас Туристик.
- g) Интурист.

131. Болгария, Румыния, Хорватия – что объединяет эти страны Европейского Союза?

- a) данные страны не входят в Шенгенскую зону;
- b) на территории этих государств располагаются известные пляжные курорты;
- c) все вышеперечисленное.
- d) каждая из этих стран использует свою национальную валюту;
- e) титульный этнос этих стран относится к этноязыковой общности славян;

132. В каких из нижеперечисленных государств ЕС используется своя денежная единица?

- a) Испания;
- b) Венгрия;
- c) Швеция.
- d) Нидерланды;
- e) Ирландия;

133. Какие государства Европы не входят в Европейский Союз?

- a) Швейцария;
- b) Люксембург;
- c) Нидерланды.
- d) Исландия;
- e) Ирландия;
- f) Норвегия;
- g) Швеция;

h) Лихтенштейн;

134. Какие из представленных ниже стран – членов ЕС не входят в Шенгенское соглашение?

- a) Кипр;
- b) Ирландия;
- c) Мальта.
- d) Великобритания;
- e) Дания;
- f) Греция;

135. Кто из перечисленных ниже государств в своем официальном названии носит приставку «Великое/ая»?

- a) герцогство Люксембург;
- b) королевство Швеция;
- c) конфедерация Швейцария.
- d) государство Ватикан;
- e) республика Сан-Марино;
- f) княжество Лихтенштейн;

Перечень вопросов и заданий, выносимых на экзамен

1. Понятие туризма в исторической ретроспективе.
2. Понятия «туризм», «экскурсия», «путешествие». Их отличительные особенности.
3. Определение понятия «турист»: международный турист, внутренний турист, экскурсант, посетитель.
4. Виды туризма: внутренний, въездной и выездной туризм, национальный.
5. Понятие «мотивация». Виды туризма в зависимости от мотивации. Отличие планового, неорганизованного и самодеятельного видов туризма.
6. Объект туристского интереса. Потенциальный объект туристского интереса. Понятие туристского впечатления.
7. Туристский маршрут. Виды туристского маршрута.
8. Понятие «функциональная схема организованного туризма». Отличие туроператора от турагента.
9. Отличие понятий «туристский» и «туристический». Понятие «тур», «турпутевка», «турваучер», «информационный лист», «памятка туриста». В чем их отличие?
10. Понятие «туроператор». Виды туроператоров (инициативный и рецептивный, meet-компания, аутгоинг, инкаминг, инсайдинг, туроператор международного туризма).
11. Названный принципал, неназванный принципал, нераскрытый принципал. Комиссионное вознаграждение и скидки в туризме.
12. Понятие туристского продукта: тур, туристско-экскурсионные услуги и товары.
13. Туристские товары и дополнительные туристские услуги. Отличия и сходства пэкидж-тура, инклюзив-тура и эксклюзив-тура. Информационный (ознакомительный, рекламный, фам-) тур.
14. Этапы разработки туристского продукта.
15. Этапы продвижения турпродукта.
16. Транспортные услуги в туризме. Характеристика и классификация средств перевозок.
17. Авиаперевозки. Чартер. Чартерная цепочка. Флайтер. Виды флайтеров.
18. Перечислите и охарактеризуйте деятельность крупных отечественных авиаперевозчиков.

19. «Туриндустрия (индустрия туризма)», «турцентр», «дестинация», «туррегион». В чем отличие этих понятий? Какие макро-, субрегионы выделяют в сфере туризма?

20. Понятие «гостиница». Виды гостиниц. Основные службы и работники гостиничного предприятия.

21. Что такое «гостиничная сеть (цепь)»? Франчайзинг в гостиничной индустрии. Перечислите наиболее крупные гостиничные сети в России и мире.

22. Что такое «ресторанный холдинг»? Франчайзинг в ресторанном бизнесе. Перечислите наиболее крупные ресторанные сети в России и мире.

23. Система классификации гостиниц в России и мире. Звезды Мишлен в ресторанном бизнесе. Что такое Красный гид Мишлен?

24. Виды гостиничный тарифов: европейский план, континентальный план, бермудский план, модифицированный американский план, американский план.

25. Рынок туризма в России и мире: структура и современное состояние.

26. Перечислите и охарактеризуйте наиболее известные отечественные и зарубежные предприятия сферы туризма.

27. Федеральные государственные и общественные структуры координации туризма в России (названия и руководители, в чем цель этих структур).

28. Региональные государственные и общественные структуры координации туризма в Астраханской области (названия и руководители, в чем цель этих структур).

29. Динамика российского туризма. Приоритетные направления развития туризма.

Таблица 9 – Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
ОПК-2 – способен осуществлять основные функции управления туристской деятельностью				
1.	Задание закрытого типа	Метод Mystery Shopping позволяет изучить: 1) хозяйственные показатели компании. 2) ассортимент услуг. 3) стиль руководства. 4) персонал компании. 5) конкурентов.	2, 4	1
2.		Какие структуры можно отнести к объекту туризма? 1) турист; 2) турпредприятие. 3) турорганизация. 4) туррегион; 5) туристская система. 6) нет правильного ответа.	2, 3, 4	1
3.		Менеджер каналов бронирования иными словами - это: 1) виртуальная площадка для совершения сделок между поставщиками услуг. 2) система управления турфирмой / отелем. 3) электронный личный кабинет турфирмы / отеля.	3	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		4) нет правильного ответа.		
4.		Замкнутая сеть компании, в которой через личный кабинет партнера, происходит обмен информации между онлайн-сервисом, самим партнером и поставщиками услуг называется: 1) трансгрессия. 2) лидогенерация. 3) экстранет. 4) коворкинг. 5) таргетинг. 6) нет правильного ответа.	3	1
5.		Должностное лицо или коллегиальный орган управления, имеющий в своем распоряжении ресурсы, необходимые для выполнения процесса, и несущий ответственность за результат процесса: 1) совет акционеров. 2) предприниматель. 3) творческая группа. 4) группа владельцев предприятия. 5) владелец процесса. 6) любой руководитель.	5	1
6.	Задание открытого типа	Ситуационная задача: Проектирование туристских продуктов включает в себя несколько аналитических информационных признаков. По каким из этих признаков будет проводиться проектирование турпродуктов в регионе?	Проектирование турпродуктов в регионе следует проводить по следующим аналитическим информационным признакам: 1) приоритет туристского потенциала региона. 2) вид транспорта. 3) цели путешествия. 4) тип маршрута. 5) расстояние до пункта назначения. 6) продолжительность тура. 7) сезонность маршрута. 8) степень задействования туристской инфраструктуры.	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
7.		Ситуационная задача: В туристской фирме «Море-Тур» туристский продукт «Отдых у моря» планируется к реализации как продукт с подкреплением. Какие три вида поддержки потребителя при реализации турпродукта с подкреплением существуют?	При реализации турпродукта с подкреплением существуют три вида поддержки потребителя: 1)информационная – через веб-сайт и другие каналы СМИ. 2)агентская - через сотрудничество с несколькими агентствами. 3)дисконтная – посредством формирования дисконтных программ для частных потребителей и корпоративных клиентов.	5
8.		Ситуационная задача: Туристская компания «Феерия путешествий» в ранге туроператора по внутренним направлениям планирует создание нового межрегионального тура. Каким документом в этих целях следует руководствоваться?	Туристская компания «Феерия путешествий» должна руководствоваться положениями национального стандарта Российской Федерации ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг».	5
9.		Ситуационная задача: Туристская фирма «Ренессанс впечатлений» планирует провести маркетинговое исследование по оценке качества собственного веб-сайта. Какие критерии должны быть положены в основу этого исследования?	В основу маркетингового исследования по оценке качества веб-сайта должны быть положены следующие критерии: 1)мнение о сайте друзей. 2)репутация сайта. 3)скорость загрузки. 4)хорошая навигация. 5)оперативность, полезность и достоверность информации. 6)простота и краткость изложения.	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			7)объем и разнообразие информации. 8)количество иллюстраций 9)возможность индивидуальных настроек	
10.		Ситуационная задача: Компания-туроператор «Ветер перемен» планирует совершенствование своей маркетинговой политики. Какие разделы включает в себя формирование плана маркетинга турфирмы?	План маркетинга турфирмы включает в себя следующие разделы: 1)система распределения услуг. 2)ценообразование и ценовая политика турфирмы. 3)реклама. 4)методы стимулирования продаж и формирования спроса.	5

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине

Таблица 10 – Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

1 семестр

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
Основной блок				
1.	Ответы на вопросы в ходе учебной дискуссии	2/5	10	Согласно расписанию
2.	Выполнение практических заданий	3/10	30	до начала зачетно-экзаменационной сессии в LMS Moodle «Цифровое обучение»
Всего			40	-
Блок бонусов				
3.	Своевременное выполнение всех заданий – до начала зачетно-экзаменационной сессии в LMS Moodle «Цифровое обучение»		10	
ЭКЗАМЕН			50	-

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий / баллы	Максимальное количество баллов	Срок представления
ИТОГО			100	-

Таблица 11 – Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
<i>Неготовность к занятию</i>	2

Таблица 12 – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература:

1. Гришко Н.И. Менеджмент в туризме : учебное пособие / Гришко Н.И.. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2020. — 276 с. — ISBN 978-985-7234-37-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/100363.html>
2. Законодательство в сфере туризма: Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" [Электронный ресурс] / Под ред. Звоновой В.А. - Москва : Финансы и статистика, 2020. Режим доступа: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279036042.html>
3. Инновационный менеджмент : учебно-методическое пособие / В.И. Сурат [и др.].. — Москва : Дашков и К, 2021. — 146 с. — ISBN 978-5-394-04287-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107787.html>
4. Пяткова С.Г. Основы туризма : учебно-методическое пособие / Пяткова С.Г.. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 151 с. — ISBN 978-5-4486-0812-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83810.html>

8.2. Дополнительная литература:

1. Веселова Н.Ю. Организация туристской деятельности : учебное пособие для бакалавров / Веселова Н.Ю.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 255 с. — ISBN 978-5-394-04358-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102275.html>
2. Основы активного туризма : учебно-методическое пособие / . — Орел : Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИБ), 2020. — 115 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95408.html>
3. Удалова И.Б. Менеджмент в туристской индустрии : учебное пособие для бакалавров / Удалова И.Б., Удалова Н.А., Машинская Е.А.. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 255 с. — ISBN 978-5-394-04360-4. — Текст : электронный // Электронно-

библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL:
<https://www.iprbookshop.ru/102274.html>

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>
2. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента»: www.studentlibrary.ru.
3. Электронная библиотечная система IPRbooks. www.iprbookshop.ru
4. Справочная правовая система КонсультантПлюс: <http://www.consultant.ru>

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа дисциплины при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).