

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»  
Сибайский институт (филиал) УУНиТ  
Факультет экономики и права



УТВЕРЖДАЮ:

Декан  И.М. Рахматуллин  
(подпись, инициалы, фамилия)  
«20» июня 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМА**

(наименование дисциплины)

ОПОП ВО **38.03.02 Менеджмент**

шифр и наименование направления подготовки (специальности)

**направленность (профиль, специализация) Управление проектами**

наименование направленности (профиля, специализации)

форма обучения **очно-заочная**

(очная, очно-заочная, заочная)

Рабочая программа составлена на основании учебного плана основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль, специализация) Управление проектами, одобренного ученым советом СИ (филиала) УУНиТ (протокол №8 от 19.03.2025) и утвержденного директором 19.03.2025.

Заведующий кафедрой экономики и менеджмента

*(наименование кафедры разработчика программы)*

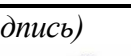
Разработчик программы

Руководитель образовательной программы



*(подпись)*

Якшимбетова Г.И.  
(Ф.И.О.)



*(подпись)*

Насыров Г.М.  
(Ф.И.О.)



*(подпись)*

Якшимбетова Г.И.  
(Ф.И.О.)

**1. Цель дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

**1.1 Цель дисциплины**

Дисциплина «Экономика и менеджмент туризма» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 2 курсе в 3 семестре.

Цель дисциплины: получение знаний и навыков по проблемам экономики социально-культурного сервиса и туризма в условиях рыночного механизма функционирования.

**1.2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

Таблица 1. – Результаты обучения по дисциплине

<i>Планируемые результаты освоения основной профессиональной образовательной программы (компетенции, закрепленные за дисциплиной)</i>		<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции, закрепленного за дисциплиной</i>
<i>код компетенции</i>	<i>наименование компетенции</i>	
ПК-3.	Способен тактически управлять процессами организации производства	ПК-3.1. <b>Знает</b> теоретические аспекты тактического управления процессами организации производства; методику тактического управления процессами организации производства; порядок обеспечения тактического управления процессами организации производства; современные концепции тактического управления процессами организации производства
		ПК-3.2. <b>Умеет</b> демонстрировать способность тактического управления процессами организации производства
		ПК-3.3. <b>Владеет</b> навыками тактического управления процессами организации производства

**2. Структура и трудоемкость дисциплины**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет **4** зачетные единицы (з.е.), **144** академических часов.

Таблица 2 – Объем дисциплины

Виды учебной работы	Всего, часов	Количество часов в семестре

Виды учебной работы	Всего, часов	Количество часов в семестре
Общая трудоемкость дисциплины	144	144
Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (всего)	25,2	25,2
в том числе:	-	-
лекции	8	8
лабораторные занятия	-	-
практические занятия	16	16
Другие виды работ в соответствии с УП: - эссе - контрольная работа - и др.	-	-
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	82,8	82,8
Контактная работа по промежуточной аттестации	1,2	1,2
в том числе:	-	-
зачет	-	-
зачет с оценкой	-	-
курсовая работа (проект)	-	-
экзамен	1,2	1,2

### 3. Содержание дисциплины

Таблица 3 – Содержание дисциплины

№	Раздел (тема) дисциплины	Виды деятельности				Формы текущего контроля успеваемости
		Лек., час	Лаб. раб., час	Практ. раб., час	СРС, час	
1.	Предмет и задачи экономики социально – культурного сервиса и туризма	0,5	-	1	9,2	ИЗ1, СТ
2.	Особенности функционирования туристской индустрии	1	-	1	9,2	ИЗ2, СТ
3.	Экономические закономерности дестинации	1	-	2	9,2	ИЗ3, СТ, Т
4.	Основные характеристики туристского рынка	1	-	2	9,2	СТ, Т
5.	Анализ экономической значимости и тенденций развития туризма	1	-	2	9,2	СТ, Т
6.	Характеристика индустрии гостеприимства и	1	-	2	9,2	ИКР, Т

	перспективы развития					
7.	Организационно – экономические основы предпринимательства в культурном сервисе и туризме	1	-	2	9.2	
8.	Экономическая модель туристского предприятия	1	-	2	9.2	
9.	Основной и оборотной капитал предприятий социально – культурного сервиса и туризма	0,5	-	2	9.2	
10.	Экономика труда на предприятиях социально – культурного сервиса и туризма					
11.	Расчетная деятельность предприятий социально – культурного сервиса и туризма					
12.	Ценовая политика на предприятиях социально – культурного сервиса и туризма					
13.	Доходы и уровень рентабельности туристского предприятия					
14.	Система налогообложения результатов финансово – хозяйственной деятельности предприятия в туризме					
15.	Организация использования финансовых ресурсов на предприятии туризма					
16.	Оценка эффективности деятельности предприятий социально – культурного сервиса и туризма					
17.	Инвестиционная деятельность предприятия в условиях научно – технического прогресса					
18.	Внутрифирменное планирование и логистика предприятия					

	гостеприимства				
19.	Формы и методы общественной организации производства в социально – культурном сервисе и туризме. Туристско – рекреационные кластеры: зарубежный и отечественный опыт				
ИТОГО		8		16	82,8

ИЗ-индивидуальное задание, СТ-словарь терминов, К – коллоквиум, Т – тестирование, Р – защита (проверка) рефератов, ИКР-индивидуальная контрольная работа, БРС – модульно-рейтинговая система

Таблица 4 – Лабораторные работы

№	Наименование лабораторной работы	Объем, час.
1.		
2.		
3.		
4.		
Итого		

Таблица 5 – Практические (семинарские) занятия

№	Наименование практических занятий	Объем, час.
1.	Предмет и задачи экономики социально – культурного сервиса и туризма	1
2.	Особенности функционирования туристской индустрии	1
3.	Экономические закономерности дестинации	2
4.	Основные характеристики туристского рынка	2
5.	Анализ экономической значимости и тенденций развития туризма	2
6.	Характеристика индустрии гостеприимства и перспективы развития	2
7.	Организационно – экономические основы предпринимательства в культурном сервисе и туризме	2
8.	Экономическая модель туристского предприятия	2
9.	Основной и оборотной капитал предприятий социально – культурного сервиса и туризма	2
10.	Экономика труда на предприятиях социально – культурного сервиса и туризма	
11.	Расчетная деятельность предприятий социально – культурного	

	сервиса и туризма	
12.	Ценовая политика на предприятиях социально – культурного сервиса и туризма	
13.	Доходы и уровень рентабельности туристского предприятия	
14.	Система налогообложения результатов финансово – хозяйственной деятельности предприятия в туризме	
15.	Организация использования финансовых ресурсов на предприятии туризма	
16.	Оценка эффективности деятельности предприятий социально – культурного сервиса и туризма	
17.	Инвестиционная деятельность предприятия в условиях научно – технического прогресса	
18.	Внутрифирменное планирование и логистика предприятия гостеприимства	
19.	Формы и методы общественной организации производства в социально – культурном сервисе и туризме. Туристско – рекреационные кластеры: зарубежный и отечественный опыт	
Итого		16

#### **4. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

##### **Вариант 1**

1. Дайте определение понятию «гостиница (отель):

- А) коллективное средство размещения, состоящее из номеров, предоставляющее набор услуг (минимум — ежедневная уборка номера и санузла, заправка кроватей) и относящееся к тому или иному классу и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров;
- Б) индивидуальное средство размещения, предназначенное для временного проживания;
- В) любые объекты, предназначенные для временного проживания.

2. Коллективные средства размещения – это:

- А) гостиницы и аналогичные средства размещения;
- Б) специализированные средства размещения;
- В) собственные жилища.

3. Специализированные средства размещения – это:

- А) клубные гостиницы;
- Б) пансионаты;
- В) санатории.

4. Отели для кратковременного проживания – это:

- А) транзитные гостиницы, обслуживающие любой контингент в условиях вынужденной кратковременной остановки (в среднем от 1 до 3 ночевки);
- Б) гостиницы делового назначения (бизнес-отели), обслуживающие лиц, пребывающих в деловых поездках и командировках;
- В) гостиницы для отдыха (курортные, туристские и т.п.).

5. Мотель – это:

- А) гостиницы для отдыха (курортные, туристские и т.п.);
- Б) гостиница для автотуристов;

В) придорожный отель, в котором кроме комфортабельных номеров и общего туристского обслуживания предоставляются места для стоянки автомашин и возможность технического обслуживания транспортных средств.

6. Ротель – это:

- А) передвижная гостиница, представляющая собой железнодорожный состав с плацкартными или купейными вагонами, вагоном-рестораном и вагоном-салоном;
- Б) плавучая гостиница, отель на воде, в качестве которого может использоваться переоборудованное соответствующим образом судно;
- В) лагерь для авто-, мото-, и велотуристов.

7. Дайте определение «Боатель»

- А) аэрогостиница, оборудованная посадочной площадкой для вертолетов, небольшим аэродромом, диспетчерским пунктом и связью с метеорологической станцией;
- Б) плавучая гостиница, большой отель на воде («курорт на воде»), специально оборудованное судно;
- В) гостиница для туристов, использующих для передвижения различные плавсредства индивидуального пользования (моторные лодки, катера, яхты, катамараны, парусники).

8. Какие из перечисленных классов обслуживания гостиниц относятся к эконом-классу

- А) First Class;
- Б) Moderate First Class;
- В) Superior Tourist Class;
- Г) Tourist Class.

9. Услуги, включаемые в стоимость номера:

- А) бронирование (через Интернет, GDS, по телефону);
- Б) различные способы оплаты (наличные, кредитные карты, счета);
- В) туалетные принадлежности (полотенца, шампунь, мыло, туалетная бумага);
- Г) уборка номера.

10. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке гостиничных услуг:

- А) культурная среда;
- Б) личностные характеристики потребителя;
- В) психологические факторы потребителя;
- Г) соответствие цены и качества предоставляемой услуги.

11. Гостиничные цепи это:

- А) группа гостиничных предприятий, осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепью на основании заключенного между туристским предприятием и компанией контракта на управление;
- Б) группа гостиничных, туристских и транспортных предприятий, осуществляющих коллективный бизнес;
- В) верны оба варианта

12. В какой стране применяется система букв при классификации гостиничных предприятий:

- А) Австрия;
- Б) Китай;
- В) Греция.

13. Гостиница вместимостью от 150-400 мест в соответствии с классификацией - это:

- А) средняя;

- Б) мега-отель;
- В) большая;

14. Безопасность в отеле – это:

- А) это система мер, по обеспечению безопасности имущества гостей, их личной безопасности, информационной безопасности, а также здания отеля и его служащих;
- Б) личная безопасность туристов, сохранность их имущества;
- В) оба варианта верны

15. Какой вид гостиничного пакета услуг относится к конгресс-туризму

- А) конференц-пакет;
- Б) пакет выходного дня (Week-end);
- В) экскурсионный (туристический) пакет;
- Г) семейный пакет (для родителей с детьми).

16. Основные требования, предъявляемые к гостиницам для бизнес-туристов:

- А) наличие конференц-зала;
- Б) наличие номеров типа «апартамент»;
- В) верны оба варианта.

17. Регион Республика Башкортостан имеет перспективную базу для развития:

- А) коллективных мест размещения - гостиниц;
- Б) специализированных мест размещения - санаториев;
- В) малых отелей.

18. Какие услуги туристского продукта относятся к дополнительным?

- А) размещение;
- Б) питание;
- В) развлекательные программы.

19. Какая система классификации гостиниц существует в России:

- А) буквенная система;
- Б) система разрядов;
- В) звездная система.

20. Постоянные (операционные) расходы для гостиниц – это:

- А) заработная плата администрации;
- Б) арендная плата;
- В) оплата стоимости постельного белья, полотенец, посуды.

## **Вариант 2**

1. Дайте определение понятию «индустрия гостеприимства»:

- А) обеспечение туристов коллективными средствами размещения;
- Б) обеспечение туристов индивидуальными средствами размещения, предназначенными для временного проживания;
- В) бизнес, направленный на обеспечение приезжих людей жильем, питанием, а также на организацию их досуга.

2. Индивидуальные средства размещения – это:

- А) гостиницы и аналогичные средства размещения;
- Б) специализированные средства размещения;
- В) коттеджи, сдаваемые в наем.

3. Специализированные средства размещения – это:

- А) профилактории;
- Б) общественные средства транспорта (поезда, круизные суда, яхты);
- В) спа-отели.
- Г) верны все варианты.

4. Отели для длительного проживания – это:

- А) транзитные гостиницы, обслуживающие любой контингент в условиях вынужденной кратковременной остановки (в среднем от 1 до 3 ночевок);
- Б) гостиницы делового назначения (бизнес-отели), обслуживающие лиц, пребывающих в деловых поездках и командировках;
- В) апартаменты.

5. Кемпинг – это:

- А) гостиницы для отдыха (курортные, туристские и т.п.);
- Б) гостиница для автотуристов;
- В) гостиничное предприятие сезонного действия, лагерь для авто-, мото- и велотуристов.

6. Ботель – это:

- А) передвижная гостиница, представляющая собой железнодорожный состав с плацкартными или купейными вагонами, вагоном-рестораном и вагоном-салоном;
- Б) плавучая гостиница, отель на воде, в качестве которого может использоваться переоборудованное соответствующим образом судно;
- В) лагерь для авто-, мото-, и велотуристов.

7. Дайте определение «Флотель»

- А) аэрогостиница, оборудованная посадочной площадкой для вертолетов, небольшим аэродромом, диспетчерским пунктом и связью с метеорологической станцией;
- Б) плавучая гостиница, большой отель на воде («курорт на воде»), специально оборудованное судно;
- В) гостиница для туристов, использующих для передвижения различные плавсредства индивидуального пользования (моторные лодки, катера, яхты, катамараны, парусники).

8. Какие из перечисленных классов обслуживания гостиниц выше по уровню обслуживания

- А) First Class;
- Б) Moderate First Class;
- В) Moderate Deluxe;
- Г) Deluxe.

9. Услуги, не включаемые в стоимость номера:

- А) услуги прачечной;
- Б) телефонные счета;
- В) туалетные принадлежности (полотенца, шампунь, мыло, туалетная бумага);
- Г) уборка номера.

10. Маркетинг – это процесс:

- А) коммуникации с клиентами;
- Б) соответствия ресурсов предприятия с формируемыми или существующими потребностями клиента;
- В) публичное оповещение фирмой потенциальных покупателей.

11. Кондоминиум-отели – это:

- А) группа гостиничных предприятий, осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепью на основании заключенного между туристским предприятием и компанией контракта на управление;
- Б) группа гостиничных, туристских и транспортных предприятий, осуществляющих коллективный бизнес;
- В) совладение частью собственности отеля (номер, блок) на определенный срок.

12. В какой стране применяется система корон при классификации гостиничных предприятий:

- А) Россия;
- Б) Франция;
- В) Великобритания.

13. Гостиница вместимостью от 400 мест в соответствии с классификацией - это:

- А) малая;
- Б) средняя;
- В) большая;
- Г) мега-отель.

14. Система защиты информации в отеле – это:

- А) это система мер, по обеспечению безопасности имущества гостей, их личной безопасности, информационной безопасности, а также здания отеля и его служащих;
- Б) совокупность органов и (или) исполнителей, используемой ими техники защиты информации, а также объектов защиты, организованная и функционирующая по правилам, установленным соответствующими правовыми, организационно-распорядительными и нормативными документами в области защиты информации.
- В) личная безопасность туристов, сохранность их имущества.

15. Какой вид гостиничного пакета услуг не относится к конгресс-туризму

- А) конференц-пакет;
- Б) пакет выходного дня (Week-end);
- В) экскурсионный (туристический) пакет;
- Г) семейный пакет (для родителей с детьми).

16. Назовите основные службы гостиницы:

- А) служба приема и размещения, административная, коммерческая, служба безопасности;
- Б) служба приема и размещения, инженерно-техническая служба, эксплуатации номеров, административная служба, коммерческая служба;
- В) верны оба варианта.

17. Регион Республика Башкортостан имеет перспективную базу для развития:

- А) спа-отелей;
- Б) специализированных мест размещения - санаториев;
- В) гостиниц.

18. Какие услуги санаториев относятся к основным?

- А) размещение и питание;
- Б) лечение;
- В) экскурсионные программы.

19. Какая система классификации специализированных мест размещения-санаториев существует в России:

- А) буквенная система;
- Б) система категорий;
- В) звездная система.

20. Бюджет прямых затрат гостиницы состоит из:

- А) заработная плата администрации;
- Б) заработной платы работников отеля, непосредственно связанных с обслуживанием гостей — горничных, официантов, барменов и т. д.;
- В) оплата стоимости постельного белья, полотенец, посуды.

### Вариант 3

1. Коллективное средство размещения – это

- а) любой объект, который регулярно или иногда предоставляет туристам размещение для ночевки в комнате или каком-либо ином помещении, число номеров, которое в нем имеется, не превышает определенный минимум;
- б) средство размещения с количеством номеров не ниже установленного, предоставляющее размещение, включая ночевку, для больших групп (коллективов) туристов;
- в) средство размещения, принадлежащее обществу (коллективу) собственников, имеющее количество номеров не ниже установленного законодательством, управляемое на коллегиальной основе и обслуживающее, в основном, индивидуальных туристов (включая ночевки).

2. Гостиница вместимостью от 150-400 мест в соответствии с классификацией - это

- а) средняя;
- б) мега-отель;
- в) большая.

3. Основной производитель гостиничного продукта:

- а) дирекция гостиницы;
- б) руководитель службы приема и размещения;
- в) горничная.

4. Укажите недостатки функциональной структуры управления отелем:

- а) длительность процедур принятия решений;
- б) исключение дублирования в выполнении управленческих функций;
- в) появление тенденций чрезмерной централизации;
- г) лучшая подготовка решений и планов, связанных со специализацией работников;
- д) относительно застывшая организационная форма.

5. Апартаменты – это

- а) гостиницы, имеющие в своем составе отдельные домики с удобствами на достаточно высоком уровне, рассчитанные на одну семью и предлагаемые достаточно богатым туристам;
- б) гостиницы с номерами квартирного типа для длительного проживания с доступными ценами, зависящими от времени проживания;
- в) гостиницы, имеющие прекрасно оформленные апартаменты, рассчитанные на очень богатых туристов.

6. Какая служба включает в себя штат секретарей-референтов, гидов-переводчиков:

- а) административная;
- б) коммерческая;
- в) служба дополнительных услуг;

г) служба приема и обслуживания.

7. Система владения отдыхом (таймшер) – это

- а) временное использование клубного или аналогичного средства размещения без права продления срока аренды;
- б) долгосрочная аренда клубных средств размещения с правом пользования ими в течение определённого времени;
- в) система, позволяющая туристу долговременную аренду средства размещения по согласованию, как с руководством предприятия размещения, так и с туроператором, причем период аренды не должен иметь перерывов (времени, когда номер не занят туристом) в течение всего срока действия договора.

8. Какие из перечисленных обязательных услуг включены в стоимость номера:

- а) безопасность;
- б) консьерж;
- в) туалетные принадлежности (полотенца, шампунь, мыло);
- г) обмен валюты;
- д) уборка номера.

9. Какой электронной системы бронирования нет:

- а) GALILEO;
- б) RESERV;
- в) Worldspan.

10. Восстановите правильный порядок обслуживания гостей:

- а) прием и размещение;
- б) бронирование;
- в) регистрация по прибытию;
- г) оплата номера и дополнительных услуг;
- д) выписка гостя.

11. Меню «а ля карт» предполагает:

- а) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого меню;
- б) принцип смены блюд в период проживания туриста в данном средстве размещения;
- в) оплату питания за весь период проживания по установленному меню.

12. На что необходимо обращать внимание в гостинице, работая с VIP-персонами:

- а) на обслуживающий персонал;
- б) на кошелек гостя;
- в) на рецептуру приготовления различных блюд;
- г) на манеры обращения с гостями;
- д) на стандарты сервировки блюд.

13. Гостиничные цепи - это

- а) группа гостиничных предприятий, осуществляющая коллективный бизнес и находящаяся под непосредственным контролем руководства цепью на основании заключенного между туристским предприятием и компанией контракта на управление;
- б) группа гостиничных, туристских и транспортных предприятий, осуществляющих коллективный бизнес;
- в) верны оба варианта.

14. Кто, как правило, работает в службе обслуживания гостиницы:

- а) портье;
- б) подносчик багажа;
- в) горничная.

15. На какие классы делятся автоматизированные системы управления в отелях:

- а) системы службы приема и размещения, управления коммерческим отделом, управления кассовым аппаратом, Интернет-бронирование, управление финансово-хозяйственной деятельностью;
- б) системы службы приема и размещения, управления потоками, управления коммерческим отделом, управления кассовыми аппаратами, Интернет-бронирование;
- в) системы службы приема и размещения, управления потоками, управления коммерческим отделом, управления кассовыми аппаратами, работа с жалобами клиентов, управление складами и поставщиками.

#### **Вариант 4**

1. Гостиница (отель) - это

- а) коллективное средство размещения, состоящее из номеров, предоставляющее набор услуг и относящееся к тому или иному классу и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров;
- б) индивидуальное средство размещения, предназначенное для временного проживания;
- в) любые объекты, предназначенные для временного проживания.

2. Гостиница вместимостью от 400 мест в соответствии с классификацией - это

- а) малая;
- б) средняя;
- в) большая;
- г) мега-отель.

3. Какой системы классификации гостиниц не существует:

- а) ключей;
- б) букв;
- в) цифр.

4. Клиент гостиницы – это

- а) неотъемлемая часть гостиничного продукта и его потребитель;
- б) потребитель гостиничного продукта, способный сопоставить гостиничный продукт предлагавшийся ему турфирмой с фактическим положением;
- в) ни то, ни другое.

5. Ротель – это

- а) передвижная гостиница, представляющая собой железнодорожный состав с плацкартными или купейными вагонами, вагоном-рестораном и вагоном-салоном;
- б) плавучая гостиница, отель на воде, в качестве которого может использоваться переоборудованное соответствующим образом судно;
- в) лагерь для авто-, мото- и велотуристов.

6. Какая служба в гостинице занимается вопросами оперативного и стратегического планирования:

- а) административная служба;
- б) служба обслуживания;
- в) коммерческая служба;
- г) финансовая служба;

д) служба дополнительных услуг.

7. Франчайзинг – это

а) метод предпринимательства, благодаря которому предприниматель может объединиться с уже действующей большой цепью и предоставляет «защищенное в законном порядке право заниматься определенной предпринимательской деятельностью, а так же помощь в организации этой деятельности, обучении, реализации и управлении за вознаграждение от франчайзополучателя»;

б) метод предпринимательской деятельности, позволяющий франшизополучателю принимать непосредственное участие в управлении фирмой франшизодателя для обеспечения проведения единой скоординированной политики на рынке средств размещения;

в) метод предпринимательской деятельности, препятствующий монополизации рынка предприятий и средств размещения за рубежом.

8. Какие из перечисленных услуг относятся к бытовым:

а) услуга «будильник»;

б) такси;

в) визовая поддержка;

г) обмен валюты.

9. Какие из перечисленных услуг включены в стоимость номера:

а) бронирование (через Интернет, GDS, по телефону);

б) различные способы оплаты (наличные, кредитные карты, счета);

в) туалетные принадлежности (полотенца, шампунь, мыло);

г) уборка номера.

10. Укажите срок подтверждения предоплаты:

а) три дня;

б) от нескольких недель до одного дня;

в) от месяца до одного дня;

г) неделя.

11. Одно из главных преимуществ обслуживания по принципу "Шведский стол" состоит в:

а) самообслуживании;

б) единой цене;

в) минимизации отходов.

12. Кто подходит под категорию VIP-гостя:

а) долгопроживающий гость;

б) секретный агент;

в) гость-инкогнито;

г) стюардесса.

13. Документ, на основе которого чаще всего строится работа гостиницы:

а) Устав;

б) Положение о работе гостиницы и ее функциональных служб;

г) Генеральная инструкция по эксплуатации гостиницы.

14. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке гостиничных услуг:

а) культурная среда;

б) личностные характеристики потребителя;

- в) психологические факторы потребителя;  
г) соответствие цены и качества предоставляемой услуги.

15. Какие можно выделить критерии выбора современных автоматизированных систем управления:

- а) функциональность, дружелюбный интерфейс, приемлемость срока внедрения и обучения персонала, использование современных аппаратных и программных средств;  
б) функциональность, дружелюбный интерфейс, приемлемость срока внедрения и обучения персонала, возможность оплаты переводом и наличие сопроводительной документации;  
в) функциональность, дружелюбный интерфейс, опыт работы, срока внедрения и обучения персонала, использование разных видов оплаты

**Критерии оценки (в баллах):**

Процент правильных ответов	Количество баллов
95 - 100 %	10
85 - 94 %	9
75 - 84%	8
65 - 74%	7
55 - 64%	6
45 - 54%	5
менее 45%	0

**РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ**

**Экономика и менеджмент туризма**

(название дисциплины согласно рабочему учебному плану)

Направление **Менеджмент**

Направленность (профиль) подготовки **«Управление проектами»**

курс 2, семестр 3

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1.				
<b>Текущий контроль</b>			<b>10</b>	<b>20</b>
1. Аудиторная работа				
- оценка выступлений на ПЗ, выполнение индивидуальных заданий	1	6	3	6
-подготовка докладов	1	4	2	4
2. Тестовый контроль	10	1	5	10
<b>Рубежный контроль</b>				
1. Письменная контрольная работа	5	1	<b>5</b>	<b>15</b>
Модуль 2.				
<b>Текущий контроль</b>			<b>10</b>	<b>20</b>
1. Аудиторная работа				
- оценка выступлений на ПЗ, выполнение индивидуальных заданий	1	6	3	6
-подготовка докладов	1	4	2	4
2. Тестовый контроль	10	1	5	10
<b>Рубежный контроль</b>				
1. Письменная контрольная работа	5	1	<b>5</b>	<b>15</b>
<b>Поощрительные баллы</b>			<b>5</b>	<b>10</b>
1. Студенческая олимпиада	5	1	3	5
2. Публикация статей	1	3	2	3
3. Участие в НПК	1	2	1	2

<b>Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)</b>				
1. Посещение лекционных занятий			<b>0</b>	<b>-6</b>
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			<b>0</b>	<b>-10</b>
<b>Итоговый контроль</b>				
1. Зачет	10	3	<b>10</b>	<b>30</b>

**Темы для аудиторного обсуждения теоретических вопросов  
на практических занятиях**

**ПЛАНЫ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ**

1. Предмет и задачи экономики социально-культурного сервиса и туризма.
2. Особенности функционирования туристской индустрии
3. Экономические закономерности дестинации
4. Основные характеристики туристского рынка
5. Анализ экономической значимости и тенденций развития туризма
6. Характеристика индустрии гостеприимства и перспективы развития
7. Организационно-экономические основы предпринимательства в социально-культурном сервисе и туризме
8. Экономическая модель туристского предприятия
9. Основной и оборотный капитал предприятий социально-культурного сервиса и туризма
10. Экономика труда на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма
11. Расчетная деятельность предприятий социально-культурного сервиса и туризма
12. Ценовая политика на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма
13. Доходы и уровень рентабельности туристского предприятия
14. Система налогообложения результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия в туризме
15. Организация использования финансовых ресурсов на предприятии туризма
16. Оценка эффективности деятельности предприятий социально-культурного сервиса и туризма
17. Инвестиционная деятельность предприятия в условиях научно-технического прогресса
18. Внутрифирменное планирование и логистика предприятия гостеприимства
19. Формы и методы общественной организации производства в социально-культурном сервисе и туризме. Туристско-рекреационные кластеры: зарубежный и отечественный опыт

**МОДУЛЬ 1. ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ ДИСЦИПЛИНЫ «ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМА». ОСОБЕННОСТИ ТУРИЗМА КАК ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ. СИСТЕМА И СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ ТУРИЗМОМ**

**Тема 1. Предмет и задачи экономики социально-культурного сервиса и туризма.**

Экономика туризма, предмет и объект, факторы влияющие на нее. Экономическое пространство социально-культурной сферы и туризма. Сущность и содержание туризма как вида экономической деятельности. Проблемы и цели туристской индустрии (ограниченные ресурсы дестинации, туристский опыт и ожидания). Определение и экономические характеристики туризма (как форма передвижения, как форма воспитания, как форма отдыха и досуга, сфера экономики по обслуживанию, сегмент рынка). ФЗ-132 от 24.11.1996. с доп. и изменен. 2007 г. (характеристика передвижения, остановки; выезда, возврата, цели бездоходности потребления). Типы туризма (внутренний, въездной, выездной, в пределах региона,

национальный и международный). Содержание туризма: деятельность, материальные продукты, услуги, производственные единицы, туристский опыт. Классификация МСОТО посетителей (туристы, экскурсанты).

## **Тема 2. Особенности функционирования туристской индустрии.**

История возникновения и сущность туристского бизнеса. Определение и экономические характеристики туризма. Типы туризма. Экономическая значимость туризма. Составные части и характерные особенности туристской индустрии. Специфика индустрии, продукции, товара в туризме (перевозчики, проживание, питание, достопримечательности, различные услуги частного и государственно-общественного сектора). Сервис (hard+soft) и закон «4-не» (неосвязаемость услуги, неразрывность производства и потребления, непостоянство качества, несохраняемость услуги). Турпродукт (основной, сопутствующий, дополнительный, турпакет) и его классификация (люкс, первый класс, туристский и экономический). Туристский кругооборот (турорганизации, турбизнес, туристы). Туристские затраты (предшествующие путешествию, текущего и будущего потребления). Прямые и косвенные турзатраты по месту назначения. Видимые, невидимые и дополнительные туррасходы по целеполаганию. Экономические ресурсы и альтернативные затраты. Туристский продукт (комплексные туры и отдельные туруслуги, товары туристского назначения). Паушальная цена и роялти. Туристский экспорт и импорт. Методика определения валового турпродукта по затратам на производство и по доходам. Туристские корпорации.

## **Тема 3. Экономические закономерности дестинации.**

Туристские потоки: первичные факторы (экономическое состояние региона) и вторичные факторы (доступность дестинации, стоимость поездки и маркетинг). Гравитационная модель и сдерживающие факторы расстояния и продолжительности их распределения в мировом масштабе. Мотивация путешествий (побуждение, преследование цели, степень удовлетворения). Интенсивность посещения дестинации. Системный подход в определении туризма (географический компонент, туристы и туристская индустрия). Регион, порождающий туристов, транзитный регион, регион туристской дестинации. Основные требования к дестинации: набор услуг для принятия туристов, набор достопримечательностей, наличие информационной системы резервирования и бронирования мест в средствах передвижения и нахождения. Жизненный цикл развития дестинации. Типология туристских дестинаций: крупные столичные города, центры развития местных обычаев и культуры, центры концентрации туров, специальные центры для туров (Диснейленд). Дестинация и курорт.

## **Тема 4. Основные характеристики туристского рынка.**

Материальное состояние населения, его структура, дифференциация и динамика. Туристское потребление (использование) туруслуги (потребительские стоимости природных факторов, прошлого овеществленного труда, бесплатно действительного труда и нематериальных благ эндогенного и экзогенного характера). Чистые затраты туриста (затраты на путешествие и потенциальные затраты постоянного проживания). Спрос на продукцию туристской индустрии (реализованный, неудовлетворенный и формирующийся). Структура и объем покупательского фонда (баланс доходов и расходов населения). Основные виды туристских рынков: массовый, популярный, индивидуальный. Досуг, рекреация и отдых. Посещение знакомых и родственников. Рынок делового туризма. Лечение и оздоровление. Религия и паломничество.

## **Тема 5. Анализ экономической значимости и тенденций развития туризма**

Социально-экономическое значение туризма, Платежный баланс, видимая и невидимая внешняя торговля. Расходы на импорт материальных ресурсов, расходы на

модернизацию сферы обслуживания (инфраструктуру), расходы на оплату иностранных специалистов, выплата процентов по займам. Коэффициент дохода от туризма (мультипликатор Кейнса  $1/1-V$  предельная склонность к потреблению). Прямой, косвенный и стимулированный доход от туризма. Значение статистики туризма для планирования и оценки влияния туризма на экономику (опросы, посадочные и въездные карточки). Массовый туризм, преимущества и недостатки. Инвестиции в туризме (стоимость денежного капитала, стоимость новых капиталовложений, государственная инвестиционная политика, новые методы в производственном процессе туристической индустрии).

#### **Тема 6. Характеристика индустрии гостеприимства и перспективы развития.**

Основные понятия индустрии гостеприимства (прием и обслуживание гостей, гостиница, номер, место). Коллективные и индивидуальные средства размещения гостей. Классификация гостиниц по режиму эксплуатации (круглогодичные, сезонные и смешанные); по месту расположения (город, местность, придорожные, вода и др.); по вместимости (малые, средние, крупные); по уровню комфортности (звездочка, корона, буква); по принципу управления (независимые, зависимые, гостиничные цепи). Традиционные и нетрадиционные средства размещения. Современные тенденции развития предприятий средств размещения.

### **МОДУЛЬ 2. ФУНКЦИИ И ПРИНЦИПЫ МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ. УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ ТУРИСТСКОЙ ФИРМЫ. ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕНЕДЖМЕНТА В ТУРИЗМЕ: ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ**

#### **Тема 7. Организационно-экономические основы предпринимательства в социально-культурном сервисе и туризме.**

Предпринимательство как особый вид профессиональной деятельности. Идеология и история развития предпринимательской деятельности. Типология и структура предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма. Организационные и государственно-правовые основы и формы предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма. Условия осуществления предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма. Субъекты и объекты предпринимательской деятельности в сфере сервиса и туризма. Особенности развития и совершенствования малых предприятий в сфере сервиса и туризма. Формы государственной поддержки развития малого предпринимательства и их совершенствования. Социальная защита предпринимателей и охрана прав потребителей.

#### **Тема 8. Экономическая модель туристского предприятия.**

Туристское предприятие как субъект хозяйствования. Организационно-правовые формы и виды туристского бизнеса (порядок учреждения индивидуального предпринимателя, хозяйственного товарищества и общества; признаки, классификация и группы юридических лиц). Экономическое обоснование деятельности и коммерческий (хозяйственный) расчет в туристском бизнесе. Основы организации предпринимательской деятельности в индустрии гостеприимства: важнейшие черты и содержание, формы и виды предпринимательства, концентрация производства, специализация и кооперирование предприятий, эффективность комбинирования. Предпринимательские риски: управленческий, финансовый, коммерческий, юридический, производственный. Контроль предпринимательской деятельности в туризме (государственный и внутрихозяйственный контроль, аудит, инспекция и ревизия).

#### **Тема 9. Основной и оборотный капитал предприятий социально-культурного сервиса и туризма.**

Сущность и значение основного капитала в СКСТ. Состав и структура основных средств. Показатели оценки основных производственных фондов. Формы воспроизводства и

пути совершенствования основных средств: физический и моральный износ, ускоренная амортизация, переоценка внеоборотных активов предприятия, модернизация оборудования, реконструкция предприятия. Показатели эффективности использования основных средств: фондоотдача, фондоемкость продукции, фондовооруженность труда. Коэффициенты сменности и загрузки оборудования, выбытия, обновления и изношенности оборудования. Основные элементы производственной мощности предприятия. Использование лизинга в туризме и индустрии гостеприимства. Сущность и значение оборотного капитала в СКСТ. Состав и структура оборотных производственных фондов: в производственных запасах (сырье и материалы, покупные полуфабрикаты, топливо и электроэнергия, запчасти для текущего ремонта, тара и тарные материалы, МБП); в процессе производства (незавершенное производство, полуфабрикаты собственного производства, расходы будущих периодов). Фонды обращения: готовая продукция на складе, товары, отгруженные и в пути, денежные средства в расчетах и на расчетном счете в банках, дебиторская задолженность. Нормирование оборотных средств и управление по источникам формирования. Устойчивые пассивы предприятия. Коэффициенты оборачиваемости, продолжительности и закрепления оборотных средств. Роль показателей материалоемкости и материалоотдача.

#### **Тема 10. Экономика труда на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма.**

Сущность и особенности труда в туризме и гостеприимстве. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов. Кадровая политика на предприятии. Среднесписочный состав работников предприятия и промышленно-производственный персонал. Текучесть кадров. Функционально-стоимостной подход к организации и стимулированию труда на предприятиях туристической индустрии. Заработная плата как вознаграждение за труд. Оплата труда специалистов СКСТ. Сдельные и повременные системы оплаты труда. Компенсации и социальные выплаты. Основные требования коллективного договора и трудового соглашения.

#### **Тема 11. Расчетная деятельность предприятий социально-культурного сервиса и туризма.**

Общая характеристика затрат. Классификация затрат на производство продукции. Калькуляция затрат цеховой, производственной и полковой себестоимости продукции. Полная и сокращенная номенклатура калькуляционных статей. Метод директ-костинг (*direct-costing*). Дифференциация издержек на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма. Пути снижения затрат на производство и реализацию готовой продукции.

#### **Тема 12. Ценовая политика на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма.**

Сущность и основные функции цены: учетная, распределительная, сбалансированности, рационализации, стимулирования. Затратный подход к формированию цены продукции (услуг). Рыночные, или маркетинговые, методы формирования цен на продукцию (услуги). Методы расчета цены: средние издержки плюс прибыль, целевой прибыли, уникальности товара. Факторы, влияющие на уровень цен (платежеспособный спрос, госрегулирование, средние и стандартные издержки, конкуренция). Ценовые стратегии фирмы: снятия сливок, проникающих цен, оптимизации масштаба производства, конкурентных цен, лидерства по качеству, инновации. Торговые скидки. Этапы ценообразования.

#### **Тема 13. Доходы и уровень рентабельности туристского предприятия.**

Источники формирования дохода турпредприятия. Выручка от реализации готовой продукции и внереализационные доходы. Валовой доход и валовая прибыль предприятия. Сущность, источники формирования и механизм распределения прибыли. Рентабельность

производства и предприятия в целом. Управление прибылью и рентабельностью на турпредприятии.

**Тема 14. Система налогообложения результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия в туризме.**

Налоговая система, основные функции и способы формирования. Налоговое бремя, роль налогов и обязательных платежей в процессе функционирования предприятия. Прямые и косвенные налоги. Взаимосвязь налога на имущество и ускоренной амортизации. Переоценка бизнеса. Единый социальный налог. Подоходный налог. Налог на добавленную стоимость. Акцизы и пошлины. Налог на прибыль. Пути повышения эффективности налогообложения для целей бизнеса.

**Тема 15. Организация использования финансовых ресурсов на предприятии туризма.**

Источники, принципы и порядок финансирования социально-культурной сферы, социальные льготы. Сущность и функции финансов предприятия. Источники и механизм формирования финансов предприятия. Финансовый план предприятия: доходы и поступления, расходы и отчисления, кредитные взаимоотношения, отношения с бюджетом. Эффект финансового рычага. Системы и формы расчетов в финансах туристского предприятия. Финансовые разделы бизнес-плана: прогноз финансовых результатов, потребность в дополнительных инвестициях, модель дисконтированных денежных потоков. Финансовая политика на предприятиях социально-культурного сервиса и туризма. Благотворительное финансирование социально-культурной сферы.

**Тема 16. Оценка эффективности деятельности предприятий социально-культурного сервиса и туризма.**

Сущность и критерии экономической эффективности производства. Основные показатели эффективности функционирования предприятий социально-культурного сервиса и туризма. Абсолютная экономическая эффективность: дифференцированные показатели (трудоемкость производства и производительность труда, долгосрочные и краткосрочные финансовые вложения, собственные и долгосрочные заемные средства, норма балансовой прибыли, чистая норма прибыли). Функция эффективности использования ресурсов. Специфические показатели оценки экономической эффективности функционирования предприятий сервиса и туризма. Рентабельность предприятий социально-культурного сервиса и туризма. Показатели рентабельности: имущество предприятия, собственные средства, производственные фонды гостиничного комплекса. Финансовая устойчивость предприятия (платежеспособность и кредитоспособность). Показатели платежеспособности: коэффициент абсолютной ликвидности, промежуточный коэффициент покрытия, общий коэффициент покрытия. Показатели деловой активности: общий коэффициент оборачиваемости, скорость оборота, оборачиваемость собственных оборотных средств. Особенности формирования туристской ренты. Применение маржинального подхода в оценке деятельности туристского предприятия.

**МОДУЛЬ 3. ФОРМИРОВАНИЕ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КЛАСТЕРОВ В РОССИИ: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ БАШКОРТОСТАНА**

**Тема 17. Инвестиционная деятельность предприятия в условиях научно-технического прогресса.**

Сущность и содержание инвестиций (субъекты, основные цели и сферы). Базовые принципы инвестирования (пределной эффективности, замазки, сочетания материальной и денежной оценки, мультипликатора). Методы расчета эффективности инвестиций

(окупаемость, компаундинг, дисконтирования). Расчет чистой дисконтированной стоимости. Нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений. Основные задачи инноваций.

**Тема 18. Внутрифирменное планирование и логистика предприятия гостеприимства.** Основные задачи и этапы планирования. Принципы и методы планирования. Основные разделы и показатели бизнес-плана фирмы. Особенность плана финансового оздоровления предприятия. Инфраструктура и обеспечение эффективности продвижения товарно-материальных ценностей.

**Тема 19. Формы и методы общественной организации производства в социально-культурном сервисе и туризме. Туристско-рекреационные кластеры: зарубежный и отечественный опыт**

Концентрация производства и размеры предприятия в туризме. Специализация и кооперирование производства в туризме и гостеприимстве. Комбинирование предпринимательской деятельности. Аренда, лизинг, франчайзинг, акционирование в туризме. Риск в предпринимательстве туризма, необходимость реорганизация и ликвидации предприятий. Финансовое оздоровление и внешнее управление предприятий туризма.

Необходимость выхода на внешний рынок. Формы участия предприятия в международном разделении труда. Особенности экспортно-импортных операций фирмы. Проблемы встречной торговли. Влияние научно-технического посредничества на конкурентоспособность предприятия. Организация совместного предпринимательства. Операции сызятательного типа. Эффективность внешнеторговой сделки.

Туристско-рекреационные кластеры: зарубежный и отечественный опыт.

Перспективные направления развития различных видов туризма на территории Республики Башкортостан.

## ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

1. Особенности туризма как объекта управления.
2. Виды и формы туризма.
3. Факторы, формирующие туристское предложение.
4. Факторы, формирующие туристский спрос.
5. Нормативно-правовая база развития туризма в РФ и РБ.
6. Основные программы государственной поддержки развития туризма в РФ и РБ.
7. Зарубежный опыт государственной поддержки развития туризма.
8. Условия и предпосылки возникновения менеджмента в туризме.
9. Система и структура управления туризмом.
10. Социальная сфера как внешняя среда туризма.
11. Экология и туризм.
12. Влияние политики на развитие туризма.
13. Технологии, обеспечивающие развитие туризма.
14. Туристский регион: понятие и основные характеристики.
15. Горизонтальное и вертикальное разделение труда в туристской организации.
16. Функции и принципы менеджмента в туризме.
17. Управление персоналом туристской фирмы.
18. Управление процессами труда в туризме.
19. Содержание и особенности управленческого труда в туризме.
20. Понятие эффективности менеджмента в туризме.
21. Экономическая эффективность менеджмента в туризме.
22. Социальная эффективность менеджмента туризма.
23. Формирование эффективной организационной структуры туризма.

24. Типология туристов.
25. Туристская инфраструктура и ее составные элементы.
26. Перспективные направления развития туризма в РФ.
27. Перспективные направления развития туризма в РБ.
28. Перспективные направления развития туризма в Башкирском Зауралье.
29. Этнотуризм: зарубежный и отечественный опыт.
30. Агротуризм в РБ: основные проблемы и перспективы его развития.
31. Горнолыжный туризм в РБ: основные проблемы и перспективы его развития.
32. Рыболовный туризм: зарубежный и отечественный опыт, перспективы развития в РБ.
33. Оздоровительный туризм: зарубежный и отечественный опыт.
34. Ведущие санатории, курорты и дома отдыха РФ.
35. Ведущие санатории, курорты и дома отдыха РБ.
36. Проект «Золотое кольцо РБ»: проблемы реализации.
37. Проект создания туристско-рекреационной зоны «Урал» на Южном Урале: основные характеристики.
38. Основные туристские достопримечательности мира.
39. Основные туристские достопримечательности РФ.
40. Основные турмаршруты РФ.
41. Основные турмаршруты РБ.
42. Перспективные турмаршруты в РБ.
43. Перспективные турмаршруты в Башкирском Зауралье.
44. «Золотое кольцо РФ»: основные структурные элементы, достопримечательности.
45. Основные туристские достопримечательности РБ.
46. Основные туристские достопримечательности Башкирского Зауралья.
47. Подготовка кадров для туристско-рекреационной сферы в РФ: современное состояние, проблемы и перспективы.
48. Подготовка кадров для туристско-рекреационной сферы в РБ: современное состояние, проблемы и перспективы.
49. Основные турфирмы РБ, организующие внутренний и въездной туризм.
50. Основные турфирмы РБ, организующие выездной туризм.
51. Понятие и основные условия формирования туристско-рекреационного кластера.
52. Основные проблемы и перспективы формирования туристско-рекреационного кластера в РБ.
53. Понятие особой экономической зоны туристско-рекреационного типа.
54. Развитие туризма в зарубежных странах: общие тенденции.
55. Развитие туризма в Европе.
56. Развитие туризма в Азии.
57. Развитие туризма на Американском континенте.
58. Развитие туризма в Африке.
59. Страны-лидеры по развитию туризма.
60. Развитие туризма в регионах России.
61. Регионы РФ-лидеры по развитию туризма.
62. Развитие туризма в Республике Беларусь.
63. Развитие туризма в Украине.
64. Развитие туризма в Республике Казахстан.
65. Развитие туризма в Республике Узбекистан.
66. Развитие туризма в Республике Таджикистан.
67. Развитие туризма в Республике Беларусь.
68. Развитие туризма в странах Прибалтики.
69. Развитие туризма в какой-либо стране (по выбору).
70. Бизнес-планирование в сфере туризма.

Количество баллов	Критерии оценивания на вопросы для аудиторной работы
2	При ответе студент демонстрирует свободное владение заявленной проблемой, умение грамотно использовать физический понятийный аппарат в рамках рассматриваемого вопроса, не использует конспект семинарского занятия как план при ответе.
1	При ответе на вопрос студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос.
0	Дан в целом неверный ответ

### ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ЭКЗАМЕНА

1. Туризм как отрасль экономики.
2. Туризм как экономическая деятельность.
3. Туризм как рынок.
4. Туризм как общественное движение.
5. Предмет экономики туризма.
6. Из истории экономики туризма.
7. Социально–экономические факторы, порождающие потребности людей в туристских услугах.
8. Потребности современного человека в туристских услугах: их содержание и виды.
9. Экономический механизм функционирования туризма в современных условиях.
10. Туристский пакет.
11. Структура туристского продукта.
12. Валовой туристский продукт.
13. Сущность тура как экономической категории.
14. Тур как форма выражения туристских социально–экономических потребностей.
15. Социально–экономические потребности туристской организации.
16. Некоторые вопросы определения безубыточности и прибыльности функционирования турфирмы.
17. Сущность и специфика туристского рынка.
18. Участники туристского рынка.
19. Дифференциация туристского рынка.
20. Закономерности функционирования туристского рынка. Особенности их проявления.
21. Поведение потребителей на туристском рынке.
22. Международный характер современного туристского рынка.
23. Унификация требований к информации и обслуживанию в современном туризме.
24. Роль турагента и туроператора на туристском рынке.
25. Турагенты.
26. Туроператоры.
27. Специфика туристского продукта.
28. Туроператоры и турагенты на международном рынке.
29. Имидж туристской фирмы.
30. Оценки развития мирового туризма по регионам.
31. Современное состояние международного туризма.
32. Прогнозы развития международного туризма.
33. Влияние внешних факторов на рост туризма.
34. Информационные технологии в туризме.
35. Новые концепции инвестирования в туризм.
36. Факторы и мотивировки: их роль в развитии туризма.
37. Сдерживающие факторы и современное понимание роли туризма.

38. Направленность программ туризма и обменов
39. Пути развития культурного туризма
40. Стратегия развития новых мест туристского назначения
41. Всемирный туристский комплекс как суперсистема
42. Воздействие туризма на сферу экономики. Туризм как планетарное экономическое явление
43. Основные макроэкономические показатели и их значение для экономики туризма. Оценка роли туризма в национальной экономике
44. Сущность и содержание предпринимательской деятельности. Виды предпринимательской деятельности в туризме.
45. Отбор и реализация предпринимательских идей. Инновации туристских организаций.
46. Понятие качества. Требования к качеству туристского продукта
47. Проблемы качества туристского продукта. Условия создания качественного сервиса на туристском предприятии.
48. Комфорт как ключевой инструмент в создании качественного туристского продукта.
49. Специфика развития аграрного туризма.
50. Основные формы аграрного туризма.
51. Экологический туризм как форма аграрного туризма.
52. Деловой туризм и развитие аграрной сферы экономики.
53. Факторы развития и задачи экономики регионального туризма.
54. Основные цели и направления государственной политики регионального туризма.
55. Системный экономический анализ и моделирование процессов регионального туризма.
56. Комплексные региональные программы развития туризма в России.
57. Рекреационно–экономическое обоснование туристских маршрутов.
58. Структурно–инвестиционный подход к разработке региональных программ развития туризма.
59. Основные этапы развития мировой гостиничной индустрии.
60. Классификация гостиниц и других средств размещения туристов.
61. Характеристика и тенденции развития мирового гостиничного комплекса.
62. Структура типового гостиничного предприятия.
63. Маркетинговая концепция в мировом рынке гостиничных услуг.
64. Услуги предприятий питания как составная часть туристской индустрии.
65. Роль и место транспортных услуг на туристском рынке.
66. Воздушный транспорт в туристских перевозках.
67. Автотранспорт в туризме.
68. Железнодорожные путешествия.
69. Организация теплоходных путешествий.
70. Основы программно туристского туризма.
71. Рекреационные основы программно туристского туризма.
72. Виды услуг и программа обслуживания.
73. Мотивация программно туристского туризма.
74. Курортно–оздоровительный туризм.
75. Познавательный туризм.
76. Развлекательные туры.
77. Экологический туризм.
78. Деловой туризм.
79. Спортивный туризм.
80. Обучающие туры.
81. Семейный туризм.
82. Хобби–туры.

**Критерии оценки (в баллах):**

**25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

**17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

**10-16 баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

**0-9 баллов** выставляется студенту, если он отказался от ответа или не смог ответить на вопросы билета, ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

#### **Критерии оценки (для очно-заочной и заочной форм обучения):**

**«Отлично»** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы.

**«Хорошо»** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

**«Удовлетворительно»** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

**«Неудовлетворительно»** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

## **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **Основная литература:**

1. Гуляев В.Г. Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие: учебник / В.Г. Гуляев, И.А. Селиванов; Российская международная академия туризма. – М.: Советский спорт, 2008. – 280 с.
2. Дурович .П. Организация туризма: учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск:

Современная школа, 2010.

### Дополнительная литература

1. Здоров А.Б. Экономика туризма: учебник по специальности "Менеджмент организации" / А.Б. Здоров. – Москва: Финансы и статистика, 2011.
2. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учеб. / Н.И. Кабушкин. – 6-е изд., стер. – Мн.: Новое знание, 2006.
3. Экономика туризма: Методические указания / Сост. И.Г. Мельникова; Яросл. гос. ун-т. Ярославль, 2011.

### 6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Университетская библиотека онлайн. <http://www.biblioclub.ru>
2. Электронно- библиотечная система «Лань». <http://www.e.lanbok.com>
3. Российская научная электронная библиотека, интегрированная с Российским индексом научного цитирования (РИНЦ). <http://www.elibrary.ru>

### 7. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Аудитория 320	Лекции	Демонстрационное оборудование: доска, проектор – 1 шт., переносной экран – 1 шт. Специализированная мебель: столы, стулья (26 посадочных мест).
Аудитория 322	Практические занятия	Демонстрационное оборудование: доска, проектор – 1 шт., переносной экран – 1 шт. Специализированная мебель: столы, стулья (26 посадочных мест).

