

Документ подписан простой электронной подписью.  
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 29.06.2023 10:08:41

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**  
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Самарский государственный экономический университет»**

**Институт**      Институт экономики предприятий

**Кафедра**      Коммерции, сервиса и туризма

**УТВЕРЖДЕНО**

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**Наименование дисциплины**      Б1.В.07 Мировая индустрия гостеприимства

**Основная профессиональная образовательная программа**      43.03.02 Туризм программа Управление бизнесом в сфере туризма

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2023

## Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

## 1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Мировая индустрия гостеприимства входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Философия, История России, Экономическая история, Маркетинг, Русский язык и культура речи, Русский язык как иностранный, Основы российской государственности

Последующие дисциплины по связям компетенций: Организация санаторно-курортной деятельности

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Мировая индустрия гостеприимства в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

### Универсальные компетенции (УК):

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине  |   |   |
|--|--|---|---|
| УК-5   | УК-5.1: Знать:   | УК-5.2: Уметь:  | УК-5.3: Владеть (иметь навыки):   |
|  | сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь | обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между обучающимися–представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия | способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения |

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине  |  |   |
|--|--|--|---|
| ПК-3   | ПК-3.1: Знать:   | ПК-3.2: Уметь:   | ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):   |
|  | виды информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг и способы разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов | использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные | навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг, разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов |

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  | конкурентоспособные туристские продукты |  |
|--|--|---|--|

### 3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

#### Очная форма обучения

| Виды учебной работы  | Всего час/ з.е. |
|--|-----------------|
|  | Сем 5           |
| Контактная работа, в том числе:                                  | 36.15/1         |
| Занятия лекционного типа   | 18/0.5          |
| Занятия семинарского типа  | 18/0.5          |
| Индивидуальная контактная работа (ИКР)                           | 0.15/0          |
| Самостоятельная работа:  | 17.85/0.5       |
| Промежуточная аттестация   | 18/0.5          |
| Вид промежуточной аттестации:                                    |                 |
| Зачет  | Зач             |
| Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы | 72              |
| Зачетные единицы   | 2               |

### 4. Содержание дисциплины

#### 4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Мировая индустрия гостеприимства представлен в таблице.

#### Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Контактная работа |                           |             |     | Самостоятельная работа | Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе |     |
|-------|--|-------------------|---------------------------|-------------|-----|------------------------|--|-----|
|       |  | Лекции            | Занятия семинарского типа |             | ИКР |                        |  | ГКР |
|       |  |                   | Практич. занятия          |             |     |                        |  |     |
| 1.    | Мировая индустрия гостеприимства       | 8                 | 8                         |             |     | 7,85                   | УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3   |     |
| 2.    | Управление международным туризмом      | 10                | 10                        | 0,15        |     | 10                     | УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3   |     |
|       | Контроль                               | 18                |                           |             |     |                        |  |     |
|       | <b>Итого</b>                           | <b>18</b>         | <b>18</b>                 | <b>0.15</b> |     | <b>17.85</b>           |  |     |

#### 4.2 Содержание разделов и тем

##### 4.2.1 Контактная работа

##### Тематика занятий лекционного типа

| №п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Вид занятия лекционного типа* | Тематика занятия лекционного типа                  |
|------|--|-------------------------------|--|
| 1.   | Мировая индустрия гостеприимства       | лекция                        | Введение. Система мировой индустрии гостеприимства |
|      |  | лекция                        | Развитие мировой индустрии гостеприимства          |

|    |                                   |        |   |
|----|-----------------------------------|--------|---|
|    |                                   | лекция | Основные регионы мировой индустрии гостеприимства                               |
|    |                                   | лекция | Организации и законодательство мировой индустрии гостеприимства                 |
| 2. | Управление международным туризмом | лекция | Транспорт как базовый элемент мировой индустрии гостеприимства                  |
|    |                                   | лекция | Пространственная организация и сегментирование мировой индустрии гостеприимства |
|    |                                   | лекция | Представление данных и статистика мировой индустрии гостеприимства              |
|    |                                   | лекция | Турпродукты и туристические услуги мировой индустрии гостеприимства             |
|    |                                   | лекция | Глобализация и интеграция в мировой индустрии гостеприимства                    |

\*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

#### Тематика занятий семинарского типа

| №п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Вид занятия семинарского типа** | Тематика занятия семинарского типа  |
|------|--|---------------------------------|---|
| 1.   | Мировая индустрия гостеприимства       | практическое занятие            | Введение. Система мировой индустрии гостеприимства                              |
|      |  | практическое занятие            | Развитие мировой индустрии гостеприимства                                       |
|      |  | практическое занятие            | Основные регионы мировой индустрии гостеприимства                               |
|      |  | практическое занятие            | Организации и законодательство мировой индустрии гостеприимства                 |
| 2.   | Управление международным туризмом      | практическое занятие            | Транспорт как базовый элемент мировой индустрии гостеприимства                  |
|      |  | практическое занятие            | Пространственная организация и сегментирование мировой индустрии гостеприимства |
|      |  | практическое занятие            | Представление данных и статистика мировой индустрии гостеприимства              |
|      |  | практическое занятие            | Турпродукты и туристические услуги мировой индустрии гостеприимства             |
|      |  | практическое занятие            | Глобализация и интеграция в мировой индустрии гостеприимства                    |

\*\* семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

#### Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

#### 4.2.2 Самостоятельная работа

| №п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Вид самостоятельной работы *** |
|------|--|--------------------------------|
| 1.   | Мировая индустрия гостеприимства       | - подготовка доклада           |

|    |                                   |  |
|----|-----------------------------------|--|
|    |                                   | - подготовка электронной презентации<br>- тестирование                         |
| 2. | Управление международным туризмом | - подготовка доклада<br>- подготовка электронной презентации<br>- тестирование |

\*\*\* самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

## 5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 5.1 Литература:

#### Основная литература

1. Туристское страноведение. Западная и Северная Европа. Япония : учебник для вузов / М. В. Иванова, Л. В. Сазонкина, Л. А. Полынова, Ю. Л. Кужель ; под научной редакцией Ю. Л. Кужеля. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 574 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12222-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516593>

#### Дополнительная литература

1. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516511>

#### Литература для самостоятельного изучения

1. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма : учебник и практикум для вузов / С. С. Скобкин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 336 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15712-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514811>

### 5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

### 5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

### 5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

### 5.5. Специальные помещения

|   |   |
|---|---|
| Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран |
|---|---|

|   |   |
|---|---|
| Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа) | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций                     | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации                | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Помещения для самостоятельной работы  | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования              | Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования   |

## 5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине **Мировая индустрия гостеприимства:**

### 6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

| Вид контроля           | Форма контроля          | Отметить<br>нужное<br>знаком<br>« + » |
|------------------------|-------------------------|---------------------------------------|
|                        |                         |                                       |
| Текущий контроль       | Оценка докладов         | +                                     |
|                        | Устный/письменный опрос | +                                     |
|                        | Тестирование            | +                                     |
| Промежуточный контроль | Зачет                   | +                                     |

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

### 6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

#### Универсальные компетенции (УК):

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

| Планируемые результаты обучения по программе         | Планируемые результаты обучения по дисциплине  |   |  |
|--|--|---|--|
|  | УК-5.1: Знать:   | УК-5.2: Уметь:  | УК-5.3: Владеть (иметь навыки):  |
|  | сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь | обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур и навыки общения в мире культурного многообразия | способами анализа разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации и их разрешения                  |
| Пороговый  | мировую культуру в социально-историческом контексте                                  | воспринимать мировую культуру в социально-историческом контексте  | способами анализа разногласий и конфликтов в социально- историческом контексте                           |
| Стандартный (в дополнение к пороговому)              | мировую культуру в социально-историческом и этическом контекстах                     | воспринимать мировую культуру в социально-историческом и этическом контекстах   | способами анализа разногласий и конфликтов в социально- историческом и этическом контекстах              |
| Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному) | мировую культуру в социально-историческом, этическом и философском контекстах        | воспринимать мировую культуру в социально-историческом, этическом и философском контекстах  | способами анализа разногласий и конфликтов в социально- историческом, этическом и философском контекстах |

### Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-3 - Способен использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине  |  |   |
|--|--|--|---|
|  | ПК-3.1: Знать:   | ПК-3.2: Уметь:   | ПК-3.3: Владеть (иметь навыки):   |
|  | виды информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг и способы разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов | использовать современные информационно-коммуникационные технологии в исследовании рынка туристских услуг и разрабатывать инновационные конкурентоспособные туристские продукты | навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий в исследовании рынка туристских услуг, разработки инновационных конкурентоспособных туристских продуктов |
| Пороговый                                    | туристские возможности стран дальнего зарубежья  | давать объективную оценку возможностям разработки, подготовки и реализации туристских продуктов на территории зарубежных стран   | анализа туристских продуктов на мировом рынке туруслуг  |



|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| Стандартный<br>(в дополнение к пороговому)              | туристские возможности стран ближнего зарубежья | информацией о наиболее перспективных направлениях развития туризма в зарубежных странах | оптимизации туристских продуктов на мировом рынке туруслуг |
| Повышенный<br>(в дополнение к пороговому, стандартному) | туристские возможности стран зарубежья          | информацией о всех направлениях развития туризма в зарубежных странах                   | создания туристских продуктов на мировом рынке туруслуг    |

### 6.3. Паспорт оценочных материалов

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе | Вид контроля/используемые оценочные средства               |               |
|-------|--|---|--|---------------|
|       |  |   | Текущий  | Промежуточный |
| 1.    | Мировая индустрия гостеприимства       | УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3  | Оценка докладов<br>Устный/письменный опрос<br>Тестирование | Зачет         |
| 2.    | Управление международным туризмом      | УК-5.1, УК-5.2, УК-5.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3  | Оценка докладов<br>Устный/письменный опрос<br>Тестирование | Зачет         |

### 6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=1917>

### Примерная тематика докладов

| Раздел дисциплины                | Темы   |
|----------------------------------|--|
| Мировая индустрия гостеприимства | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Туризм как системный объект изучения.</li> <li>2. Методы сегментирования туристского рынка.</li> <li>3. Сегментирование туристского рынка по одному из признаков.</li> <li>4. Многообразие туристского спроса.</li> <li>5. Туризм с целью отдыха и развлечений: основные направления, специфика и тенденции развития.</li> <li>6. Перспективы развития интенсив-туров.</li> <li>7. Специфика религиозного туризма.</li> <li>8. Тенденции развития конгрессно-выставочного туризма.</li> <li>9. Особенности лечебно-оздоровительного туризма.</li> <li>10. Типы курортов Западной Европы.</li> <li>11. Перспективы развития туризма с целью отдыха и развлечений в Западной Европе.</li> <li>12. Туристский продукт.</li> <li>13. Основные категории отелей.</li> <li>14. Модели управления гостиничным хозяйством.</li> <li>15. Специфика гостиничного хозяйства в курортных зонах.</li> <li>16. Особенности функционирования чартерных рейсов.</li> <li>17. Крупнейшие авиакомпании мира.</li> <li>18. История железной дороги в Европе и ее значение для развития туризма.</li> <li>19. Автобусные туры в Европе. Специфика, оборудование, потребители, особенности.</li> <li>20. Организация морских и речных круизов.</li> <li>21. Специфика клубного отдыха.</li> </ol> |

|                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| Управление международным туризмом | <p>22. Северная Америка: памятники культуры Северной Америки, основные туристские ресурсы, туристские маршруты.</p> <p>23. Франция: историко-культурные зоны и особенности рынка туристских услуг.</p> <p>24. Индия: историко-культурные зоны и особенности рынка туристских услуг.</p> <p>25. Китай: физико-географические и культурно-исторические зоны, особенности туристской индустрии.</p> <p>26. Природные условия, достопримечательности и музейные центры Японии в системе работы турфирм.</p> <p>27. Этнокультурные зоны Африки: генезис и основные этапы формирования как информационное пространство программного туризма.</p> <p>28. Австралия: этно-исторические особенности культурной традиции аборигенов Австралии как материал для разработок программ в области туристского бизнеса.</p> <p>29. Северная Африка: страны Магриба в системе туристской индустрии.</p> <p>30. Туристские ресурсы Испании и Греции: информация и отдых.</p> <p>31. Туристские ресурсы Италии: информационно-познавательный туризм, спортивный и программный туризм.</p> <p>32. Туристские ресурсы и информационный туризм в странах ЮВА</p> <p>33. Туристские ресурсы Мексики и Южной Америки.</p> <p>34. Туристские ресурсы Чехии, Венгрии: информационно-познавательный и рекреационный туризм.</p> <p>35. Туристские ресурсы Израиля и Арабских Эмиратов: информация и рекреация.</p> <p>36. Туристский мир Германии и Англии: информационно-познавательный туризм и другие виды туристской индустрии.</p> |
|-----------------------------------|--|

### Вопросы для устного/письменного опроса

| Раздел дисциплины                | Вопросы  |
|----------------------------------|--|
| Мировая индустрия гостеприимства | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Туризм как одна из отраслей экономики. Турист в понимании РФ и зарубежья.</li> <li>2. Важнейшие факторы, определяющие развитие международного туризма. Его Основные тенденции и прогноз развития.</li> <li>3. Этапы развития туризма: разные научные подходы. Предыстория. Торговля. Путешествия. Паломничество. Элитарный туризм. Влияние технических изобретений на развитие туризма. Теория «свободного времени». Массовый туризм. Формирование индустрии туризма. Конвейерный и дифференцированный туризм. Интенсивность туризма. Особенности туризма в XXI в. Различие в развитии туризма в разных регионах мира.</li> <li>4. Основные требования к рыночному сегменту, ограничения сегментирования: межгрупповая гетерогенность, гомогенность, измеримость, емкость, доступность для фирмы. Основные критерии (параметры), которые характеризуют объем и качество спроса. Географический признак подразделяет туристов по регионам (странам) происхождения. Геодемографический признак отражает признак «город-село». Демографический признак выявляет общности и делит рынок на группы по возрасту, полу, семейному положению, составу семьи. Социально-экономический признак базируется на информации об уровне доходов, социальном статусе, роде занятий и уровне образования. Психологический признак изучает образ жизни людей, устоявшиеся формы бытия в мире. Поведенческий признак оценивает отношение к фирме, предложению, осведомленности о товаре. Многомерное сегментирование.</li> <li>5. Основные индикаторы туризма: количество прибытий, туродень, расходы, поступления, учёт на границе регистрации, регистрация прибытий в СР, анкетные опросы туристов, банковский и телефонный методы учёта. Конъюнктурно-исследовательские сборники со свежей</li> </ol> |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>информацией по всему спектру туристского сервиса. Статистика туристского спроса: нетто процент отбытий (TND), брутто процент отбытий (NBD), частота отбытий (FD), расходы на путешествие.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Доля регионов в международных прибытиях. “Видимая” и “невидимая” торговля, импорт. Место России в международном потоке и поступлениях. Важнейшие подходы, методы оценки доли и роли туризма в экономике стран.</li> <li>7. Мировая индустрия гостеприимства отдыха и развлечений. Преобладание внутрирегиональных над межрегиональными, меридиальная направленность туристских потоков, обмен туристами между метрополиями и колониями.</li> <li>8. Мировая индустрия гостеприимства делового туризма. Конгрессно-выставочный туризм. Средняя продолжительность поездок. Специализирование фирмы для организации инсентив-туров и их маршруты. Перспективы развития в России.</li> <li>9. Мировая индустрия гостеприимства религиозного туризма. История религиозного туризма. Религиозная мотивация. Центры паломничества: христианского, мусульманского, буддийского. Иерусалим как колыбель трех религий.</li> <li>10. Мировая индустрия гостеприимства лечебно-оздоровительного туризма. Программные пребывания, комплексы услуг, изменения стратегии развития. Типы курортов: бальнеологические, грязевые, климатические, переходные. Субрегионы, потоки.</li> <li>11. Мировая индустрия гостеприимства в Европе.</li> <li>12. Мировая индустрия гостеприимства в Америке.</li> <li>13. Мировая индустрия гостеприимства в Азии.</li> <li>14. Мировая индустрия гостеприимства в Африке.</li> <li>15. Мировая индустрия гостеприимства в России.</li> <li>16. Мировая индустрия гостеприимства в Океании и на островах.</li> </ol>  |
| <p>Управление международным туризмом</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>17. Регулирование мировой индустрии гостеприимства. Международные туристские организации. Государственное регулирование туристской деятельности. UNWTO.</li> <li>18. Туристская политика: понятие и принципы, направления, ресурсы и средства, механизм, опыт. Туристская политика в России и ее регионах.</li> <li>19. Международная практика стандартизации, лицензирования и сертификации туристской деятельности.</li> <li>20. Международный транспорт. Классификация. мотивы выбора. Международные поездки, полёты и плавания. Международная ассоциация воздушного транспорта. Система резервирования билетов. Договор на квоту мест, агентское соглашение с авиакомпанией. Железнодорожный и автобусный туры. Зарубежные классификации транспорта.</li> <li>21. Средства размещения и гостиничные цепи. Классификация. Система бронирования. Номерной фонд.</li> <li>22. Предприятия питания. Классификация. Организация питания в гостиницах.</li> <li>23. Развлечение как один из главных мотивов туризма и как экскурсионная программа. Тематические парки. Анимационная структура как фабула программы отдыха. Цепи рекреационных занятий. Перспективы и стратегия развития анимации.</li> <li>24. Клубный отдых. Виды клубного отдыха. Типы номеров. Типы клубов владения. Система владения отдыхом.</li> <li>25. Зарубежное оснащение и производство в туризме.</li> <li>26. Особенности международных и зарубежных туристских маршрутов и их продвижения. Технология расчетов за рубежом.</li> <li>27. Структурные особенности российского рынка туризма. Территориальная организация туризма в РФ. Современное состояние и направления развития выездного туризма в России.</li> <li>28. Проблемы и перспективы развития туризма в России. Государственное регулирование туризма в России. Место России в международном</li> </ol> |

**Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций размещены в ЭИОС СГЭУ: <https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=1917>**

**1. Что отличает автомобиль от автобуса :**

- А. Качество транспортного средства;
- Б. Вместимость;
- В. Стоимость транспортировки;
- Г. Объем двигателя;
- Д. Место парковки.

**2. Кто устанавливает базовые тарифы на перевозку пассажиров и багажа железнодорожным транспортом :**

- А. Государство;
- Б. Компании-перевозчики;
- В. Крупные туроператоры;
- Г. Владельцы средств транспорта;
- Д. Командир корабля.

**3. Что понимается под регулярными авиарейсами по расписанию :**

- А. Рейсы, указанные в официальных расписаниях полетов, публикуемых компаниями;
- Б. Чартерные рейсы;
- В. А и Б;
- Г. Частные рейсы;
- Д. А.; Б; Г.

**4. Клуб отдыха - это :**

- А. Коммерческая или некоммерческая организация, осуществляющая туроператорскую и турагентскую деятельность в сфере туризма;
- Б. Средство размещения;
- В. Курорт;
- Г. Форма организации отдыха;
- Д. Способ организации отдыха

**5. Что является продуктом продажи в системе клубного отдыха в России :**

- А. Право на тур, предназначенное для реализации туристу;
- Б. Право на пользование в течение определенного времени средствами размещения и услугами клуба отдыха;
- В. Право на часть собственности клуба отдыха.;
- Г. Средства размещения;
- Д. Земельный участок.

**6. Какое время пребывания в клубе (интервал) оплачивается покупателем клубного отдыха по системе «таймшер» :**

- А. Неделя, несколько недель;
- Б. Месяц;
- В. Год;
- Г. Иное;
- Д. 10 лет.

**7. Договор на клубный отдых :**

- А. Включает в себя существенные условия договора;
- Б. Действителен и без упоминания существенных условий договора;
- В. Иное;
- Г. Стандартный;
- Д. Не стандартный.

**8. Обмен отдыхом (на отдых в другом клубе) может быть произведен :**

- А. Самостоятельно членом клуба отдыха;

- Б. Только через обменную компанию;
- В. По договоренности между членами различных клубов отдыха;
- Г. Раз в год;
- Д. Никогда.

**9. Нужно ли дополнительно к стоимости таймшер-недели платить :**

- А. За трансфер;
- Б. Визовое сопровождение;
- В. Авиаперелет к месту отдыха;
- Г. Платить не надо;
- Д. За парковку автомобилей.

**10. Что обязательно должен иметь клуб отдыха :**

- А. Лицензию на туроператорскую деятельность;
- Б. Сертификат соответствия безопасности оказываемых клубом услуг;
- В. Сертификат соответствия качества оказываемых услуг;
- Г. Лицензию на деятельность по продаже прав на клубный отдых.;
- Д. Клиентов.

**11. Путешествия по стране лиц, постоянно проживающих в ней называются :**

- А. Внутренний туризм;
- Б. Въездной туризм;
- В. Выездной туризм;
- Г. Иные варианты;
- Д. Не туризм вообще.

**12. К туристским ресурсам не относятся :**

- А. Природные;
- Б. Историко-культурные;
- В. Особо-охраняемые природные территории;
- Г. Лечебно-оздоровительные местности;
- Д. Рестораны.

**13. Стандартное путешествие по каталогам туроператора :**

- А. Инклюзив-тур;
- Б. Итенсив – тур;
- В. Индивидуальный;
- Г. Ознакомительный;
- Д. Иной

**14. Поощрительная поездка за счет фирмы :**

- А. Интенсив-тур;
- Б. Индивидуальный;
- В. Клубный отдых;
- Г. Ознакомительный тур;
- Д. Инклюзив-тур.

**15. Коллективное средство размещения :**

- А. Гостиница;
- Б. Аэропорт;
- В. Корабль;
- Г. Самолет;
- Д. Автобус.

**16. Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, который имеет лицензию на вид деятельности называется :**

- А. Лицензиат;
- Б. Туроператор;
- В. Экскурсант;
- Г. Налогоплательщик;
- Д. Иное.

**17. Отказ в письменном виде туриста, туроператора, турагента от исполнения обязательств по договору :**

- А. Аннуляция;
- Б. Информация;
- В. Лимитизация;
- Г. Отказ;
- Д. Иное.

**18. Размещение без питания :**

- А. RO;
- Б. RB, BB;
- В. RD;
- Г. All;
- Д. Иное.

**19. Цены – нетто :**

- А. Групповые тарифы;
- Б. Туроператорские;
- В. Агенские;
- Г. Опубликованные;
- Д. Иные.

**20. Предоставление услуги размещения с повышением категории без дополнительной платы**

:

- А. Скидка;
- Б. Дисконт;
- В. Апгрейд;
- Г. Сброс;
- Д. Иное.

**6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации**

**Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета**

| Раздел дисциплины                | Вопросы   |
|----------------------------------|---|
| Мировая индустрия гостеприимства | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Туризм как одна из отраслей экономики. Турист в понимании РФ и зарубежья.</li><li>2. Важнейшие факторы, определяющие развитие международного туризма. Его Основные тенденции и прогноз развития.</li><li>3. Этапы развития туризма: разные научные подходы. Предыстория. Торговля. Путешествия. Паломничество. Элитарный туризм. Влияние технических изобретений на развитие туризма. Теория «свободного времени». Массовый туризм. Формирование индустрии туризма. Конвейерный и дифференцированный туризм. Интенсивность туризма. Особенности туризма в XXI в. Различия в развитии туризма в разных регионах мира.</li><li>4. Основные требования к рыночному сегменту, ограничения сегментирования: межгрупповая гетерогенность, гомогенность, измеримость, емкость, доступность для фирмы. Основные критерии (параметры), которые характеризуют объем и качество спроса. Географический признак подразделяет туристов по регионам (странам) происхождения. Геодемографический признак отражает признак «город-село». Демографический признак выявляет общности и делит рынок на группы по возрасту, полу, семейному положению, составу семьи. Социально-экономический признак базируется на информации об уровне доходов, социальном статусе, роде занятий и уровне образования. Психологический признак изучает образ жизни людей, устоявшиеся формы бытия в мире. Поведенческий признак оценивает отношение к фирме, предложению, осведомленности о товаре. Многомерное сегментирование.</li></ol> |

|  |   |
|--|---|
|  | <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Основные индикаторы туризма: количество прибытий, туродень, расходы, поступления, учёт на границе регистрации, регистрация прибытий в СР, анкетные опросы туристов, банковский и телефонный методы учёта. Конъюнктурно-исследовательские сборники со свежей информацией по всему спектру туристского сервиса. Статистика туристского спроса: нетто процент отбытий (TND), брутто процент отбытий (NBD), частота отбытий (FD), расходы на путешествие.</li> <li>6. Доля регионов в международных прибытиях. “Видимая” и “невидимая” торговля, импорт. Место России в международном потоке и поступлениях. Важнейшие подходы, методы оценки доли и роли туризма в экономике стран.</li> <li>7. Мировая индустрия гостеприимства отдыха и развлечений. Преобладание внутрирегиональных над межрегиональными, меридиальная направленность туристских потоков, обмен туристами между метрополиями и колониями.</li> <li>8. Мировая индустрия гостеприимства делового туризма. Конгрессно-выставочный туризм. Средняя продолжительность поездок. Специализирование фирмы для организации инсентив-туров и их маршруты. Перспективы развития в России.</li> <li>9. Мировая индустрия гостеприимства религиозного туризма. История религиозного туризма. Религиозная мотивация. Центры паломничества: христианского, мусульманского, буддийского. Иерусалим как колыбель трех религий.</li> <li>10. Мировая индустрия гостеприимства лечебно-оздоровительного туризма. Программные пребывания, комплексы услуг, изменения стратегии развития. Типы курортов: бальнеологические, грязевые, климатические, переходные. Субрегионы, потоки.</li> <li>11. Мировая индустрия гостеприимства в Европе.</li> <li>12. Мировая индустрия гостеприимства в Америке.</li> <li>13. Мировая индустрия гостеприимства в Азии.</li> <li>14. Мировая индустрия гостеприимства в Африке.</li> <li>15. Мировая индустрия гостеприимства в России.</li> <li>16. Мировая индустрия гостеприимства в Океании и на островах.</li> </ol> |
| <p>Управление международным туризмом</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>17. Регулирование мировой индустрии гостеприимства. Международные туристские организации. Государственное регулирование туристской деятельности. UNWTO.</li> <li>18. Туристская политика: понятие и принципы, направления, ресурсы и средства, механизм, опыт. Туристская политика в России и ее регионах.</li> <li>19. Международная практика стандартизации, лицензирования и сертификации туристской деятельности.</li> <li>20. Международный транспорт. Классификация. мотивы выбора. Международные поездки, полёты и плавания. Международная ассоциация воздушного транспорта. Система резервирования билетов. Договор на квоту мест, агентское соглашение с авиакомпанией. Железнодорожный и автобусный туры. Зарубежные классификации транспорта.</li> <li>21. Средства размещения и гостиничные цепи. Классификация. Система бронирования. Номерной фонд.</li> <li>22. Предприятия питания. Классификация. Организация питания в гостиницах.</li> <li>23. Развлечение как один из главных мотивов туризма и как экскурсионная программа. Тематические парки. Анимационная структура как фабула программы отдыха. Цепи рекреационных занятий. Перспективы и стратегия развития анимации.</li> <li>24. Клубный отдых. Виды клубного отдыха. Типы номеров. Типы клубов владения. Система владения отдыхом.</li> <li>25. Зарубежное оснащение и производство в туризме.</li> <li>26. Особенности международных и зарубежных туристских маршрутов и их продвижения. Технология расчетов за рубежом.</li> </ol>  |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>27. Структурные особенности российского рынка туризма. Территориальная организация туризма в РФ. Современное состояние и направления развития выездного туризма в России.</p> <p>28. Проблемы и перспективы развития туризма в России. Государственное регулирование туризма в России. Место России в международном туризме. Основные показатели развития туризма в России. Проблемы статистики. Факторы развития туризма в России.</p> |
|--|--|

**6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации**

**Шкала и критерии оценивания**

| <b>Оценка</b>       | <b>Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы</b> |
|---------------------|--|
| <b>«зачтено»</b>    | УК-5, ПК-3   |
| <b>«не зачтено»</b> | Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне                                |