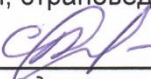


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой  
рекреационной географии, страноведения и туризма



 Федотов С.В.  
подпись, расшифровка подписи

24.05.2023 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.О.08 ЭКОНОМИКА ТУРИСТСКОГО РЫНКА**

*Код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом*

- 1. Код и наименование направления подготовки/специальности:** 43.04.02 – «Туризм»
- 2. Профиль подготовки/специализация:** профиль «Планирование и проектирование в туризме»
- 3. Квалификация выпускника:** магистр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра рекреационной географии, страноведения и туризма
- 6. Составители программы:** Дорохова Наталья Васильевна, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры рекреационной географии, страноведения и туризма
- 7. Рекомендована:** НМС факультета географии, геоэкологии и туризма (протокол №8 от 22.05.2023 г.)
- 8. Учебный год:** 2023/2024 **Семестр:** 1

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины

*Целью освоения учебной дисциплины является:* дать магистрам знания об основах туризма в системе общественного производства, экономики отдельных отраслей туристской сферы, туристской индустрии, предпринимательстве в туризме

*Задачи учебной дисциплины:*

- ознакомить с основными теоретическими концепциями и терминологическим аппаратом дисциплины, организацией деятельности и управлением туристских предприятий;
- изучить структуру туристского предприятия, организационно-правовые формы туристского бизнеса, структуру производства и реализации туристского продукта;
- овладеть основами современных технологий в управлении, разработке и реализации туристского продукта предприятий туристской индустрии;
- приобрести умения и навыки планирования деятельности и бизнес-планированием на предприятии туристской индустрии;
- познакомить магистрантов со структурой и основными экономическими показателями туристской индустрии, правилами и стандартами организации деятельности туристского предприятия, контролирующими органами, иными контрагентами туристского предприятия.

## 10. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: Б1.О.08

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП: учебная дисциплина «Экономика туристского рынка» относится к обязательной части блока Б1.

## 11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ОПК-5.	Способен обоснование, разработку и внедрение экономической стратегии предприятия, приоритетных направлений его деятельности и уметь оценивать эффективность управленческих решений	ОПК-5.1.	Применяет технологии и методы стратегического анализа деятельности предприятий индустрии туризма	Знать: - основные методы и технологии стратегического анализа; - основы разработки экономических стратегий; - основные подходы к оценке экономической эффективности Уметь: - применять на практике основные методы и технологии стратегического анализа; - разрабатывать экономические стратегии; - оценивать экономическую эффективность. Владеть: - навыками применения на практике основные методы и технологии стратегического анализа; - навыком разработки экономических стратегий; - навыком оценки экономической эффективности
		ОПК-5.2.	Обеспечивает обоснование, разработку и внедрение экономических стратегий и приоритетных направлений деятельности предприятий сферы туризма	
		ОПК-5.3.	Оценивает эффективность управленческих решений на различных уровнях управления туристской деятельностью	

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.**(в соответствии с учебным планом) — **ЗЕТ / всего 108 ак.ч.** из них 30 ак.ч – лекции, 14 ак.ч. – практическая работа, 64 ак.ч. – самостоятельная работа.

**Форма промежуточной аттестации**(зачет/экзамен) **зачет с оценкой**

### 13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость			
		Всего	По семестрам		
			№ семестр	№ семестра	...
Аудиторные занятия		44	1	-	-
в том числе:	лекции	30	1	-	-
	практические	14	1	-	-
	лабораторные	-	1	-	-
Самостоятельная работа		64	1	-	-
в том числе: курсовая работа (проект)		-	1	-	-
Форма промежуточной аттестации (зачет с оценкой.)		-	1	-	-
Итого:		108	1	-	-

#### 13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
<b>1. Лекции</b>			<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4482">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4482</a>
1.1	Производство туристского продукта	1.Основные социально-экономические категории туризма 2.Добавочная стоимость и источники прибыли в туристическом производстве 3.Факторы туристического производства 4.Средства производства турпродукта	
1.2	Туристский рынок как часть экономической системы	1.Международный туризм в свете классических и современных теорий мировой торговли 2.Туристский рынок как часть экономической системы 3.Государственное регулирование туристского рынка	
1.3	Экономика туристской организации	1.Основы коммерческой деятельности в сфере туризма 2.Внутренняя среда туристского предприятия: финансовые ресурсы, кадровый потенциал, организационная структура. 3.Эффективность деятельности туристской организации и ее показатели 4.Издержки турпроизводства и их виды 5. Понятие себестоимости и методы ее определения 6.Ценообразование в туризме: условия и методы 7.Стратегии туристской организации в рыночных условиях	

1.4	Современные тенденции туристского рынка	1. Туризм как отрасль народного хозяйства 2. Процессы глобализации в туризме 3. Автоматизация и виртуализация коммерческой деятельности в сфере туризма	
<b>2. Практические занятия</b>			<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4482">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4482</a>
2.1	Производство туристского продукта	1. Стоимость и цена турпродукта как экономические категории 2. Технологии производства турпродукта	
2.2	Туристский рынок как часть экономической системы	1. Современная интерпретация теории жизненного цикла туристического центра или курорта	
2.3	Экономика туристской организации	1. Организационно-правовые формы туристских организаций 2. Анализ факторов внешней среды функционирования туристской организации 3. Организация заработной платы в туризме. Анализ стратегий ценообразования и особенности их разработки в туризме	
2.4	Современные тенденции туристского рынка	1. Конкурентоспособность национальной туристической индустрии	

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1.1	Производство туристского продукта	8	4		16	18
1.2	Туристский рынок как часть экономической системы	8	4		16	18
1.3	Экономика туристской организации	8	2		16	18
1.4	Современные тенденции туристского рынка	6	4		16	18
	Итого:	30	14	-	64	72

### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

#### Методические рекомендации студентам по изучению дисциплины «Экономика туристского рынка»

#### Методические указания обучающимся при подготовке к лекциям

В процессе изучения данной дисциплины рекомендуется придерживаться следующей последовательности действий. На первом этапе в соответствии со структурой курса необходимо изучить базовые учебники, которые рекомендуются как основные источники литературы. На втором – обозначить базовые понятия и определения (возможно составить конспект) из названия тем, привести разные точки зрения, вывести свое предпочтительное определение. Рекомендуется использовать дополнительную литературу из рекомендованного списка, а также переводную литературу из актуальных научных источников. На следующем этапе необходимо обозначить практическую значимость данной темы. Для чего изучить статистические данные, конкретные примеры из региональной практики. Рекомендуется обращаться к официальной, оперативной информации, пользоваться валидными и проверенными данными. В результате получения информации, освоения знаний студент должен сформировать свою точку зрения на данную тему, сформулировать проблематику, свободно отвечать на вопросы на практических занятиях, участвовать в дискуссиях, уметь выделять главные проблемы, логически мыслить для их решения, грамотно и аргументированно излагать свою точку зрения.

## Методические указания обучающимся при подготовке к практическим занятиям

С целью лучшего усвоения материала по дисциплине «Экономика туристского рынка» используются комплект заданий, вопросов, список тем. В процессе изучения данной дисциплины студентам предлагается составить бизнес-план для предприятия сферы туризма и гостеприимства, а также подготовить выступление.

В процессе изучения дисциплины «Экономика туристского рынка» подготовка студентов к семинарским занятиям организована с использованием научной и периодической литературы, ресурсов сети Internet, ресурсов зональной, электронной библиотеки ВГУ, а также ресурсов электронного курса дисциплины, размещенного в Moodle.

На практическом занятии по дисциплине «Экономика туристского рынка» необходимо умение выступать с докладом, делать расчеты, сообщения, презентации, умение включаться в беседу, дискуссию, отвечать на поставленные вопросы, решать предложенные преподавателем тесты, контрольные и проверочные работы.

### 15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Морозов М.А. Экономика туризма : [учебник для обуч. студ. вузов по направлению подготовки "Туризм"] / М.А. Морозов [и др.] .— Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014 .— 306 с.
2	Степанова С.А. Экономика предприятия туризма : учебник : / С.А. Степанова, А.В. Крыга .— Москва : ИНФРА-М, 2014 .— 344
3	<u>Чудновский А. Д.</u> Информационные технологии управления в туризме / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова .— 4-е изд., стер. — Москва : КноРус, 2011 .— 100 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4	<u>Квартальнов В. А.</u> Туризм / В.А. Квартальнов .— М.: Финансы и статистика, 2006 .— 335 с.
5	Драчева Е.Л. Экономика и организация туризма: Международный туризм: Учебное пособие/ Е.Л. Драчева, Ю.В. Забаев, Д.К. Исмаев/ под редакцией И.А. Рябовой. – 3-е изд., испр. И доп. – М.: КНОРУС, 2009. – 568 с.
6	<i>Основы туризма / под ред. Е.Л. Писаревского .— Москва : Федеральное агентство по туризму, 2014 .— 374 с.</i>

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)\*:

№ п/п	Ресурс
7	Официальный сайт Федерального агентства по туризму. - URL: <a href="https://www.russiatourism.ru/">https://www.russiatourism.ru/</a>
8	Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. - URL: <a href="https://www.economy.gov.ru/">https://www.economy.gov.ru/</a>
9	Всемирная туристская организация (UNWTO) - URL: <a href="http://www.unwto.org">www.unwto.org</a>
10	Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) - URL: <a href="http://www.wttc.org">www.wttc.org</a>
11	Компьютерная справочная правовая система "Консультант плюс" - URL: <a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
12	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ( <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http://www.lib.vsu.ru/</a> ).

\* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договора у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы, онлайн-курсы, ЭУМК

## 16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных), курсовых работ и др.)

### Методические указания обучающимся для организации самостоятельной работы

Для углубления, расширения и детализирования полученных знаний студентам отводятся часы на самостоятельную работу. Самостоятельная работа предполагает более глубокое освоение учебной программы. Она формирует навыки исследовательской работы и ориентирует студентов на выработку умений применять теоретические навыки на практике.

Самостоятельную работу наиболее эффективно планомерно осуществлять весь семестр, предусматривая при этом регулярное повторение пройденного материала. Это может быть конспектирование и работа с книгой, документами, первоисточниками; доработка и оформление записей по лекционному материалу; кабинетные исследования, проработка материала по учебникам, учебным пособиям и другим источниками информации и др. Самостоятельная работа студентов предполагает самостоятельную подготовку к занятиям (изучение лекционного материала, чтение рекомендуемой литературы, подготовка ответов на тестовые задания, решение задач, анализ деловых ситуаций, подготовка реферата, подготовка выступления с презентацией по основным проблемным вопросам изучаемой дисциплины).

№ п/п	Источник
1	Воскресенский, В.Ю. Международный туризм / В.Ю. Воскресенский .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 463 с. — ISBN 978-5-238-01456-2 .— <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114800">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114800</a> .
2	Качмарек, Я. Туристический продукт. Замысел. Организация. Управление / Я. Качмарек ; Стасяк А. ; Влодарчик Б. — Москва : Юнити-Дана, 2012 .— 496 с. — (Зарубежный учебник) .— ISBN 978-5-238-01409-8 .— <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117167">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=117167</a> .
3	Научная электронная библиотека eLibrary ( <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a> )

## 17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

В рамках реализации учебной дисциплины «Экономика туристского рынка» предусмотрены различных типы лекций (вводные, обзорные), семинарские занятия (проблемные, дискуссионные). Предусмотрено применение дистанционных образовательных технологий в части освоения лекционного материала, в том числе углубленного, а также проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

## 18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Учебная аудитория	Для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска) Специальное оборудование: интерактивная доска/ТВ, проектор, профессиональное программное обеспечение для демонстрации студентам
Помещение для самостоятельной работы	Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютерный класс с компьютерами и/или ноутбуками с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», пакетом Microsoft Office, доступом в электронную информационно-образовательную среду ВГУ, Moodle Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду ВГУ, Moodle, Elibrary, Znanium и т.д., установленным и исправным специальным

		программным обеспечением
--	--	--------------------------

## 19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Производство туристского продукта	ОПК-5	ОПК-5.1 ОПК-5.3	Вопросы для самоконтроля и дискуссии по разделу 20.1.1  Практико-ориентированное задание 20.1.2.
2.	Туристский рынок как часть экономической системы	ОПК-5	ОПК-5.2	Вопросы для самоконтроля и дискуссии по разделу 20.1.1 Практико-ориентированное задание 20.1.2.
3	Экономика туристской организации	ОПК-5	ОПК-5.3	Вопросы для самоконтроля и дискуссии по разделу 20.1.1 Практико-ориентированное задание 20.1.2.
4	Современные тенденции туристского рынка	ОПК-5	ОПК-5.1	Вопросы для самоконтроля и дискуссии по разделу 20.1.1 Практико-ориентированное задание 20.1.2.
Текущая аттестация, допуск к промежуточной аттестации				Перечень тем для рефератов, докладов и презентаций, глоссарий 20.1.2.4, 20.1.2.5, 20.2.2
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет с оценкой				Перечень вопросов к зачету с оценкой 20.2.1

## 20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

### 20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Вопросы для самоконтроля по разделу  
Практико-ориентированные задания,  
Реферат.

---

*Перечень заданий, тем рефератов, тем презентаций, курсовых, докладов, лабораторных работ требования к представлению портфолио*

### Описание технологии проведения

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестации.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах: устного опроса (индивидуальный опрос, фронтальная беседа, групповое взаимодействие, взаимооценивание). Критерии оценивания практических заданий в ходе текущего контроля приведены ниже.

### **Требования к выполнению заданий (или шкалы и критерии оценивания)**

Для оценивания результатов обучения в процессе текущего контроля успеваемости используются следующие показатели п. 19: знание учебного материала и владение понятийным аппаратом и теоретическими основами дисциплины, умение связывать теорию с практикой; умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности.

Оценка ответа основана на следующих критериях:

- знание теоретических основ курса;
- владение профессиональной терминологией;
- умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности.

принято	Студентом выполнено верно не менее 85% практического задания в ходе текущего контроля. Студент владеет профессиональной терминологией, демонстрирует знание дисциплины. Ответив на свой вопрос, умело ведет дискуссию в своей микрогруппе, дополняет и, если это необходимо, корректирует ответы других студентов. Демонстрирует умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности.
не принято	В ходе выполнения практического задания текущего контроля студентом выполнено менее 85% задания. Студент не понимает сути предложенного вопроса, механически повторяет текст изученных материалов, не принимает участия в групповой дискуссии, не может дополнить или исправить ответы других студентов. Не владеет профессиональной терминологией, подменяет одни понятия другими. Не способен продемонстрировать умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности. Не умеет пользоваться рекомендациями по оформлению практических заданий. Не понимает сути обязательных требований по оформлению заданий текущего контроля. Не умеет пользоваться элементарными формулами для ведения базовых расчетов (устный счет и с применением электронных вычислительных машин)

### **20.1.1 Вопросы для самоконтроля:**

1. Понятие и взаимосвязь туристской индустрии, индустрии гостеприимства и гостинично-ресторанной деятельности
2. Туристский спрос и туристское предложение как основа развития туристской индустрии и ее составляющих
3. Экономический потенциал организации и его составляющие
4. Хозяйственный механизм организации, его элементы
5. Виды, принципы и методы планирования деятельности организаций туристской индустрии.
6. Разделы и показатели планов хозяйственной деятельности организаций туристской индустрии.
7. Формирование системы целей в процессе планирования деятельности организации туристской индустрии.
8. Роль экономического анализа в планировании деятельности организации туристской индустрии
9. Внутрифирменное планирование. Бизнес-планирование как составная часть процесса планирования.
10. Экономические аспекты выбора организационно-правовой формы деятельности, системы учета и налогообложения
11. Экономические показатели развития туризма и их характеристика на микроуровне, макроуровне, уровне мирового хозяйства. Статистика международного туризма.
12. Классификация основных фондов. Особенности основных фондов индустрии гостеприимства.



13. Показатели оценки состояния и эффективности основных фондов в организациях туристической индустрии.
14. Воспроизводство основных фондов, понятие инвестиций, капитальных вложений, источники их финансирования.
15. Сущность и значение оборотных средств в хозяйственной деятельности организаций туристической индустрии, их классификация.
16. Факторы, влияющие на величину, состав и структуру оборотных средств, их особенности в различных организациях.
17. Трудовые ресурсы (персонал), их классификация в организациях туристической индустрии. Регулирование трудовых отношений в рыночной экономике.
18. Движение трудовых ресурсов и показатели, его характеризующие
19. Производительность и эффективность труда: понятие, показатели, методы измерения, факторы, пути повышения в организациях туристической индустрии
20. План по труду, его содержание и порядок составления в организациях туристической индустрии
21. Система стимулирования труда в рыночной экономике. Тарифная система оплаты труда.
22. Фонд заработной платы, его состав, источники формирования, факторы, влияющие на его величину.
23. Экономическая сущность понятий: затраты, расходы, себестоимость, издержки. Состав расходов.
24. Себестоимость услуг как составная часть расходов. Классификация себестоимости
25. Цель, задачи, последовательность, методы экономического анализа затрат организаций туристической индустрии.
26. Экономическая сущность и классификация доходов. Взаимосвязь и соотношение понятий «доход», «выручка», «товарооборот организации питания».
27. Источники образования доходов от текущей деятельности в различных организациях туристической индустрии. Факторы, влияющие на доходы.
- 28 Система управления выручкой и доходом. Экономический анализ доходов.
29. Цена как экономическая категория: сущность, функции, классификация.
30. Ценовая политика в туристической индустрии. Стратегия ценообразования.
31. Прибыль как экономическая категория и показатель организаций туристической индустрии. Функции, виды прибыли.
32. Порядок формирования, распределения и использования прибыли. Источники образования и особенности.
33. Понятие рентабельности организаций туристической индустрии, ее значение и методика расчета.
34. Факторы, влияющие на прибыль и рентабельность организаций туристической индустрии и пути их роста.
35. Понятие, значение финансового обеспечения и финансовых ресурсов организаций.
36. Источники формирования финансовых ресурсов.
37. Управление привлечением финансовых ресурсов из внешних источников. Применение формулы финансового левериджа.
38. Роль кредитов в развитии коммерческой организации. Кредитование организаций
39. Понятие эффекта и эффективности. Эффективность как экономическая категория: понятие, сущность.
40. Критерии эффективности и требования, предъявляемые к ним. Внутренние и внешние факторы, влияющие на эффективность функционирования организаций туристической индустрии.
41. Система показателей, характеризующих эффективность хозяйственной деятельности организаций туристической индустрии.

## **20.1.2 Практико-ориентированные задания**

### **20.1.2.1 Разработка турпродукта**

Пользуясь научными статьями, открытыми источниками сети Интернет и сайтами профильных организаций, ознакомьтесь с конъюнктурой отечественного туррынка, охарактеризуйте особенности спроса и предложения, постройте прогноз их изменения, разработать турпродукт, имеющий наибольшие конкурентные преимущества.

### **20.1.2.2 Анализ статистической информации о развитии туризма**

Пользуясь научными статьями, открытыми источниками сети Интернет и официальными статистическими ресурсами проведите аналитику сезонных колебаний для рынка турбизнеса. Постройте прогноз на следующий период, учитывая изменение внешних и внутренних факторов.

### **20.1.2.3 Разработка основных разделов бизнес-плана турпредприятия**

Дайте организационно-экономическую характеристику любого турпредприятия, разработайте план его развития.

#### 20.1.2.4 Реферат

Реферат выполняется в соответствии с Общими рекомендациями по оформлению, курсовых и выпускных квалификационных работ, а также ГОСТ Р 7.0.100-2018 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Неграмотно оформленные работы не могут быть представлены к оценке.

#### 20.1.2.5 Перечень тем для рефератов, докладов и презентаций:

1

1. Тур как продукт туристического предприятия : его элементы , стадии создания .
2. Характеристика партнеров турпредприятия по созданию тура.
3. Подходы к классификации туров.
4. Амортизация и способы ее начисления.
5. Способы оценки основных фондов и их содержание.
6. Аналитические показатели основных фондов.
7. Особенности кругооборота в туризме.
8. Показатели использования оборотных средств
9. Нематериальные активы в туризме
- 10 Персонал – основной актив туристических предприятий

#### 20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Собеседование по билетам дифференцированного зачета

---

*Перечень заданий, тем рефератов, тем презентаций, курсовых, докладов, требования к представлению портфолио, вопросов к экзамену (зачету) и порядок формирования КИМ*

#### Описание технологии проведения

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний, и контрольные практические задания для оценивания умения обучающегося связывать теорию с практикой, иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности. При оценивании используются качественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены ниже.

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие показатели (знания, умения, навыки из п. 19):

знание учебного материала и владение понятийным аппаратом и теоретическими основами дисциплины, умение связывать теорию с практикой; способность иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, а также примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности, демонстрируя способность анализировать представленные данные.

Если в процессе освоения учебной дисциплины обучающийся выполняет не менее 90% практических заданий в ходе текущего контроля, при этом демонстрирует владение профессиональной терминологией, понятийным аппаратом и теоретическими основами дисциплины, умеет связывать теорию с практикой и иллюстрирует ответ примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности, демонстрируя способность анализировать представленные данные, а также умело ведет дискуссию в своей микрогруппе, грамотно и аргументировано выражает свою точку зрения в дискуссии по проблемам профессиональной деятельности, при этом дополняет и, если это необходимо, корректирует ответы других студентов, участвует во взаимооценивании по предложенным преподавателям схемам оценивания – то по результатам оценивания в ходе текущего контроля выставляется оценка «отлично».

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения:

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
---------------------------------	--------------------------------------	--------------

Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки и теоретическими основами дисциплины, умеет связывать теорию с практикой, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности, демонстрируя способность анализировать представленные данные.	Повышенный уровень	Отлично
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует одному из перечисленных показателей, но обучающийся дает правильные ответы на дополнительные вопросы. Содержатся отдельные пробелы во владении понятийным аппаратом, при иллюстрировании ответа примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности обучающийся испытывает некоторые затруднения.	Базовый уровень	Хорошо
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым двум из перечисленных показателей, обучающийся дает неполные ответы на дополнительные вопросы. Обучающийся демонстрирует частичные знания по теоретическим основам дисциплины, при иллюстрировании ответа примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности испытывает существенные затруднения.	Пороговый уровень	Удовлетворительно
Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки при изложении теоретических основ дисциплины, не справляется с заданием иллюстрирования ответа примерами, фактами, данными научных исследований, примерами и наблюдениями из собственной учебной, производственной практик и профессиональной деятельности.	–	Неудовлетворительно

### 20.2.1 Перечень вопросов дифференцированного зачета:

1. Понятие и взаимосвязь туристской индустрии, индустрии гостеприимства и гостинично-ресторанной деятельности
2. Туристский спрос и туристское предложение как основа развития туристской индустрии и ее составляющих
3. Экономический потенциал организации и его составляющие
4. Хозяйственный механизм организации, его элементы
5. Виды, принципы и методы планирования деятельности организаций туристской индустрии.
6. Разделы и показатели планов хозяйственной деятельности организаций туристской индустрии.
7. Формирование системы целей в процессе планирования деятельности организации туристской индустрии.
8. Роль экономического анализа в планировании деятельности организации туристской индустрии
9. Внутрифирменное планирование. Бизнес-планирование как составная часть процесса планирования.
10. Экономические аспекты выбора организационно-правовой формы деятельности, системы учета и налогообложения
11. Экономические показатели развития туризма и их характеристика на микроуровне, макроуровне, уровне мирового хозяйства. Статистика международного туризма.
12. Классификация основных фондов. Особенности основных фондов индустрии гостеприимства.
13. Показатели оценки состояния и эффективности основных фондов в организациях туристской индустрии.
14. Воспроизводство основных фондов, понятие инвестиций, капитальных вложений, источники их финансирования.
15. Сущность и значение оборотных средств в хозяйственной деятельности организаций туристской индустрии, их классификация.
16. Факторы, влияющие на величину, состав и структуру оборотных средств, их особенности в различных организациях.
17. Трудовые ресурсы (персонал), их классификация в организациях туристской индустрии. Регулирование трудовых отношений в рыночной экономике.
18. Движение трудовых ресурсов и показатели, его характеризующие
19. Производительность и эффективность труда: понятие, показатели, методы измерения, факторы, пути повышения в организациях туристской индустрии

20. План по труду, его содержание и порядок составления в организациях туристической индустрии
21. Система стимулирования труда в рыночной экономике. Тарифная система оплаты труда.
22. Фонд заработной платы, его состав, источники формирования, факторы, влияющие на его величину.
23. Экономическая сущность понятий: затраты, расходы, себестоимость, издержки. Состав расходов.
24. Себестоимость услуг как составная часть расходов. Классификация себестоимости
25. Цель, задачи, последовательность, методы экономического анализа затрат организаций туристической индустрии.
26. Экономическая сущность и классификация доходов. Взаимосвязь и соотношение понятий «доход», «выручка», «товарооборот организации питания».
27. Источники образования доходов от текущей деятельности в различных организациях туристической индустрии. Факторы, влияющие на доходы.
- 28 Система управления выручкой и доходом. Экономический анализ доходов.
29. Цена как экономическая категория: сущность, функции, классификация.
30. Ценовая политика в туристической индустрии. Стратегия ценообразования.
31. Прибыль как экономическая категория и показатель организаций туристической индустрии. Функции, виды прибыли.
32. Порядок формирования, распределения и использования прибыли. Источники образования и особенности.
33. Понятие рентабельности организаций туристической индустрии, ее значение и методика расчета.
34. Факторы, влияющие на прибыль и рентабельность организаций туристической индустрии и пути их роста.
35. Понятие, значение финансового обеспечения и финансовых ресурсов организаций.
36. Источники формирования финансовых ресурсов.
37. Управление привлечением финансовых ресурсов из внешних источников. Применение формулы финансового леввериджа.
38. Роль кредитов в развитии коммерческой организации. Кредитование организаций
39. Понятие эффекта и эффективности. Эффективность как экономическая категория: понятие, сущность.
40. Критерии эффективности и требования, предъявляемые к ним. Внутренние и внешние факторы, влияющие на эффективность функционирования организаций туристической индустрии.
41. Система показателей, характеризующих эффективность хозяйственной деятельности организаций туристической индустрии.

## 20.2.2 Базовый глоссарий

**Личные продажи** - непосредственный контакт с потенциальными потребителями в форме беседы с целью продажи.

**Прямой / интерактивный маркетинг** - использование неличных средств связи для прямого обращения к целевым покупателям.

**Интегрированные маркетинговые коммуникации** - концепция планирования маркетинговых коммуникаций, при которой учитывается значение отдельных инструментов продвижения и обеспечивается их оптимальное сочетание с целью достижения максимального эффекта.

**Креативность** - творческий подход.

**Охват аудитории** - число человек, за определенный период времени контактирующих с носителем рекламы.

**Частота контактов** - показатель характеризующий, сколько раз за определенное время индивид контактировал с обращением.

**Сила воздействия** - качество контакта через данный носитель.

**Совокупный рейтинг носителя** - число контактов, обеспечиваемое носителем.

**Общественность** - любая группа, потенциально заинтересованная в результатах деятельности компании либо имеющая на нее влияние.

**Паблицити** - обеспечение редакционного места в печатных СМИ, средствах вещания для распространения информации о товаре /услуге/компании.

**Интегрированный прямой маркетинг** – включение инструментов прямого маркетинга в общую маркетинговую коммуникацию компании.

**Прямая почтовая рассылка** - отправка информации конкретному адресату.

**Телемаркетинг** – деятельность телефонных операторов, включающая поиск новых покупателей, контакты с покупателями, прием заказов.

**Электронный маркетинг** - использование Интернета как коммуникационного канала, средства совершения сделок и канала сбыта.

**Пожизненная ценность потребителя** - ожидаемая прибыль от всех его будущих покупок за минусом затрат на привлечение и удержание потребителя.

**Переговоры** - искусство достижения удовлетворяющих обе стороны условий сделки.

**Международный маркетинг** - маркетинговая деятельность компании на зарубежных рынках.

**Глобальная компания**- компания, действующая в нескольких странах.

**Двойная адаптация** - приспособление к требованиям внешнего рынка товара и мероприятия по продвижению.

**Эскалация цен** - увеличение цены на товар при поставке на внешний рынок.

**Услуга** - любая выгода, которую одна сторона может предложить другой.

**Внутренний маркетинг** - маркетинговый подход к управлению кадрами, мотивация работников компании на удовлетворение потребителей.

**Некоммерческий маркетинг** - осуществляют организации либо отдельные лица, действующие в общественных интересах без цели получения прибыли.