



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И.
Носова»



УТВЕРЖДАЮ
Директор ИЭУ
Е.С. Замбрицкая

05.02.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОСНОВЫ ТУРИЗМА И ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки (специальность)
43.03.02 Туризм

Направленность (профиль/специализация) программы
Управление туристическим бизнесом

Уровень высшего образования - бакалавриат

Форма обучения
заочная

| | |
|---------------------|---|
| Институт/ факультет | Институт экономики и управления |
| Кафедра | Менеджмента и государственного управления |
| Курс | 4 |

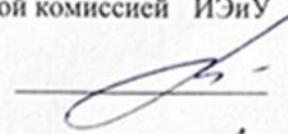
Магнитогорск
2025 год

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 516)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
Менеджмента и государственного управления
15.01.2025, протокол № 5

Зав. кафедрой  О.Л. Назарова

Рабочая программа одобрена методической комиссией ИЭиУ
05.02.2025 г. протокол № 3

Председатель  Е.С. Замбрицкая

Рабочая программа составлена:

доцент кафедры кафедры МиГУ, канд. экон. наук  Т.В. Майорова

Рецензент:

Директор ООО "БНЭО", канд. экон. наук  Ю.Н. Кондрух

Лист актуализации рабочей программы

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2026 - 2027 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2027 - 2028 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2028 - 2029 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2029 - 2030 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для реализации в 2030 - 2031 учебном году на заседании кафедры Менеджмента и государственного управления

Протокол от _____ 20__ г. № ____
Зав. кафедрой _____ О.Л. Назарова

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Формирование способности обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в сфере управления туристическим бизнесом

2 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Основы туризма и туристской деятельности входит в обязательную часть учебного плана образовательной программы.

Для изучения дисциплины необходимы знания (умения, владения), сформированные в результате предшествующего обучения

Знания (умения, владения), полученные при изучении данной дисциплины будут необходимы для изучения дисциплин/практик:

Маркетинговые исследования в туризме и гостеприимстве

Инвестиции в сфере туризма

Страхование и риски в туризме

Бизнес-планирование в туризме и гостеприимстве

Организация и управление деятельностью туристского предприятия

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) и планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины (модуля) «Основы туризма и туристской деятельности» обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

| Код индикатора | Индикатор достижения компетенции |
|----------------|---|
| ОПК-3 | Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности |
| ОПК-3.1 | Оценивает качество оказания услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон |
| ОПК-3.2 | Обеспечивает требуемое качество процессов оказания услуг в соответствии с международными и национальными стандартами |
| ОПК-4 | Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта |
| ОПК-4.1 | Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов |
| ОПК-4.2 | Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет |

4. Структура, объём и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц 108 академических часов, в том числе:

- контактная работа – 8,7 академических часов;
- аудиторная – 8 академических часов;
- внеаудиторная – 0,7 академических часов;
- самостоятельная работа – 95,4 академических часов;
- в форме практической подготовки – 0 академических часов;

– подготовка к зачёту – 3,9 академических часов

Форма аттестации - зачет

| Раздел/ тема дисциплины | Курс | Аудиторная контактная работа (в академических часах) | | | Самостоятельная работа студента | Вид самостоятельной работы | Форма текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации | Код компетенции |
|--|------|--|-----------|-------------|---------------------------------|---|---|-----------------|
| | | Лек. | лаб. зан. | практ. зан. | | | | |
| 1. | | | | | | | | |
| 1.1 Основы туризма. Туристские услуги и туристская индустрия | 1 | 2 | | 2 | 50 | Самостоятельное изучение учебной литературы, работа с электронными библиотеками | Текущий контроль выполнения практических заданий, контрольных работ | |
| Итого по разделу | | 2 | | 2 | 50 | | | |
| 2. | | | | | | | | |
| 2.1 Нормативная база туристской деятельности. | 1 | 2 | | 2 | 45,4 | Самостоятельное изучение учебной литературы, работа с электронными библиотеками | Текущий контроль выполнения практических заданий, контрольных работ | |
| Итого по разделу | | 2 | | 2 | 45,4 | | | |
| Итого за семестр | | 4 | | 4 | 95,4 | | зачёт | |
| Итого по дисциплине | | 4 | | 4 | 95,4 | | зачет | |

5 Образовательные технологии

Для обеспечения наибольшей эффективности образовательного процесса в курсе данной учебной дисциплины используются в процессе обучения передовые

образовательные технологии:

- 1) традиционные образовательные технологии (информационная лекция, практические (семинарские) занятия);
- 2) технология проблемного обучения (проблемная лекция, практические занятия в форме практикума, кейс-метода);
- 3) игровые технологии (ролевые и деловые игры);
- 4) технологии проектного обучения (творческий проект);
- 5) интерактивные технологии (семинар-дискуссия);
- 6) информационно-коммуникационные образовательные технологии (лекция-визуализация, практические занятия в форме презентации)

Лекционные занятия наряду с сообщением учебной информации предполагают и решение следующих дидактических задач: заинтересовать студентов

изучаемой

темой, раз-рушить неверные стереотипы, убедить в необходимости глубокого освоения материала, побудить к самостоятельному поиску и активной

мыслительной

деятельности, помочь совершить переход от теоретического уровня к

прикладным

знаниям в данной области.

Проведение групповых (семинарских и практических) занятий предполагает решение разнообразных дидактических задач: закрепление полученных знаний, формирование умения применять их на практике, совершенствование умения

работать

с информацией, анализировать, обобщать, принимать и обосновывать решения, аргументировано защищать собственные взгляды в дискуссии,

взаимодействовать с

другими членами группы в процессе обучения.

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Представлено в приложении 1.

7 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

Представлены в приложении 2.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература:

1. Тарханова, Н. П. Организация туристской деятельности : учебное пособие для вузов / Н. П. Тарханова. — Санкт-Петербург : Лань, 2024. — 176 с. — ISBN 978-5-507-49945-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/436253> (дата обращения: 12.04.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

б) Дополнительная литература:

1. Ушакова, Е. О. Организация туристской деятельности : учебное пособие / Е. О. Ушакова. — Новосибирск: НГТУ, 2021. — 84 с. — ISBN 978-5-7782-4581-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/306446> (дата обращения: 12.04.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Дунаев, А. В. Правовое регулирование в туристской деятельности: учебное пособие / А. В. Дунаев, А. В. Дунаева. — Пенза: ПГАУ, 2024. — 187 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/443642> (дата обращения: 13.04.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

в) Методические указания:

1. Пяткова, С. Г. Организация туристской деятельности: учебно-методическое пособие / С. Г. Пяткова. — Сургут: СурГПУ, 2015. — 98 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/151908> (дата обращения: 13.04.2025). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

г) Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

Программное обеспечение

| Наименование ПО | № договора | Срок действия лицензии |
|-----------------------------|------------------------------|------------------------|
| MS Office 2007 Professional | № 135 от 17.09.2007 | бессрочно |
| 7Zip | свободно распространяемое ПО | бессрочно |

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

| Название курса | Ссылка |
|--|---|
| Электронная база периодических изданий East View Information Services, ООО «ИВИС» | https://dlib.eastview.com/ |
| Национальная информационно-аналитическая система – Российский индекс научного цитирования (РИНЦ) | URL: https://elibrary.ru/project_risc.asp |
| Российская Государственная библиотека. Каталоги | https://www.rsl.ru/ru/4readers/catalogues/ |
| Электронные ресурсы библиотеки МГТУ им. Г.И. Носова | https://host.megaprolib.net/MP0109/Web |

9 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает:

мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации.

Учебные аудитории для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: мультимедийные средства хранения, передачи и представления информации; комплекс тестовых заданий для проведения промежуточных и рубежных контролей.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся: персональные компьютеры с пакетом MS Office, выходом в Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: шкафы для хранения учебно-методической документации, учебного оборудования и учебно-наглядных пособий

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

По дисциплине «Основы туризма и туристской деятельности» предусмотрена аудиторная и внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся.

Аудиторная самостоятельная работа студентов предполагает выполнение практических заданий на практических занятиях.

Примерные задания для аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся:

Кейс 1. Для определения эффективной маркетинговой стратегии туристское предприятие должно изучать своих конкурентов. Необходимо разбираться в их стратегии, целях, сильных и слабых сторонах, уметь предугадывать реакцию на действия, предпринимаемые другими участниками рынка. Ф. Котлер выделяет четыре группы конкурентов:

- 1) неторопливый конкурент, отличающийся замедленной реакцией или вообще игнорирующий предпринимаемые соперниками шаги;
- 2) разборчивый конкурент, реагирующий только на определенные действия (например, на снижение цен, но не на увеличение рекламных расходов);
- 3) тигровый конкурент, реагирующий на любые покушения на свои владения (в зависимости от ситуации варьирует и сила ответного удара);
- 4) непредсказуемый конкурент, не имеющий определенной модели рыночного поведения.

Вопросы и задания к кейсу

Продумайте возможные варианты поведения турфирмы в отношении каждой из указанных групп конкурентов. Какие из конкурентов представляют наибольшую опасность? Почему потенциальные конкуренты несут для туристской фирмы не меньшую угрозу, чем прямые конкуренты? Оцените данный аспект с позиций развития нетрадиционных форм осуществления туристских операций.

Среди индивидов надо выделить людей, которые имеют одинаковое мнение, интересы, состояния. Здесь также играют роль привычки интеллектуального, морального характера, желания и нежелания.

Определите, представители какого стиля жизни (ригористы, эгоцентристы, активисты, авантюристы, материалисты) предпочитают питаться:

- в экзотических ресторанах;
- в ресторанах быстрого питания («Макдональдс», «ФастФуд», «Бистро»); в традиционных ресторанах;
- в ресторанах качественной вегетарианской пищей.

Практическое задание определить емкость рынка, если есть следующие данные: 1000 - количество потенциальных покупателей данного турпродукта; 1,5 - количество покупок, сделанных средним покупателем; 7500 руб. - средняя цена единицы турпродукта.

Практическое задание. Туристическая фирма имеет филиалы в городах А, Б, В, Г.

Рассчитайте потенциал рынка некоторого туристического продукта Т в каждом из городов.

| Наименование показателя | А | Б | В | Г |
|---|-------|------|-------|-------|
| Численность покупателей данного товара | 10000 | 5000 | 15000 | 20000 |
| Количество единиц товара, которые приходятся на среднего покупателя | 0,5 | 0,2 | 0,1 | 0,4 |
| Средняя цена единицы товара (ден. ед.) | 800 | 1000 | 800 | 600 |

Может ли предприятие влиять на потенциал рынка?

Практическое задание. По мере того, как усиливается конкуренция, доля компании ежегодно снижается на 5%. Но, в то же время, сам рынок будет расти со скоростью около 200 тыс. ед. в год. На настоящий момент емкость рынка – 800 тыс. ед., доля компании на нем – 35%; прибыль с единицы продукции – 2 у. е. Используя полученную информацию, заполните таблицу. Проанализируйте динамику прибыли компании.

| Год | Доля рынка компании, % | Объем продаж, тыс. ед. | Валовая прибыль, д. е. |
|-----|------------------------|------------------------|------------------------|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |

Практическое задание. Оцените вид конкуренции на основе данных о натуральном и стоимостном объеме продаж по туристическому предприятию «Мир путешествий» и его конкурентов на определенном сегменте рынка, используя данные таблицы 2.

Вид конкуренции, или характеристика конъюнктуры рынка, определяется для каждого сегмента исходя из расчета индекса Херфиндала. Интерпретация количественных значений индекса формулы выполняется по следующей схеме:

0 – конкуренция отсутствует ввиду отсутствия продавцов на данном рынке;

0 - 0,2 – чистая конкуренция (множество мелких продавцов схожего товарного ассортимента, работающих в узком диапазоне цен);

Таблица 2 - Характеристика конкурентов на сегменте (туры, шт., тыс.д.е.)

| Туристическое предприятие | Объем продаж в натуральном выражении, шт. | Доля, % | Объем продаж в стоимостном выражении, тыс. д.е. | Доля, % |
|---------------------------|---|---------|---|---------|
| «Мир путешествий» | 157 | | 785 | |
| Конкурент 1 | 128 | | 640 | |
| Конкурент 2 | 175 | | 875 | |
| Конкурент 3 | 87 | | 435 | |
| Конкурент 4 | 95 | | 475 | |
| Конкурент 5 | 53 | | 265 | |
| Конкурент 6 | 65 | | 325 | |
| Итого: | | 100 | | 100 |
| Индекс рынка: | | | | |
| Вид конкуренции | | | | |

0,2 – 0,4 – монополистическая конкуренция (небольшое количество продавцов, работающих в широком диапазоне цен);

0,4 – 1 – чистая монополия (отсутствие товарной конкуренции ввиду наличия только одного продавца).

Задание 1. К Н обратились с просьбой показать город дальнему родственнику. Н согласился и подготовил для родственника занимательную экскурсию по знаковым местам города. Гость остался очень доволен и по окончании прогулки вручил Н 4000 рублей в качестве вознаграждения за экскурсию. Н, обрадованный подобной возможностью заработка, и обладающий большим количеством иногородних друзей, стал периодически организовывать такие экскурсии для их родственников и знакомых.

1. Присутствуют ли в деятельности Н признаки предпринимательской деятельности?

2. Можно ли считать его индивидуальным предпринимателем, оказывающим экскурсионные услуги?

Задание 2. Граждане России решили создать туроператора (в форме общества с ограниченной ответственностью), специализирующуюся на экстремальных турах, в том числе – в г. Припять – местонахождение Чернобыльской АЭС. Не обладая достаточными юридическими знаниями, они обратились за советом к юристу.

1. От имени юриста дайте консультацию о порядке создания их фирмы
2. Какую ответственность перед третьим лицом несет страхователь?

Задание 3. N приобрел у туроператора путевку на проведение шоп-тура по маршруту «Австрия-Венгрия». Полагая, что турфирма ненадлежащим образом выполнила свои обязательства, по возвращении из поездки N обратился в суд. Как было выяснено по обстоятельствам дела, при покупке путевки истцу была предоставлена информация о том, что фирма принимает на себя обязанности по таможенному оформлению груза при условии дополнительной оплаты в сумме 4,5 доллара США за 1 кг груза. Истец по квитанции передал приобретенный во время тура товар в количестве 136 кг переводчику-гиду туристической группы, представителю фирмы, которая от своего имени должна была оформить доставку товара в Россию, оплатив услуги фирмы. Однако при возвращении в Россию груз на сумму 9640 долларов США получен им не был. Полагая, что компания, продавшая ему путевку на шоп-тур, должна нести ответственность за причиненный ущерб, истец просил взыскать его стоимость.

Исходя из определения тура, закрепленного Федеральным законом «Об основах туристской деятельности», положений Закона «О защите прав потребителей» определите, распространяется ли законодательство о защите прав потребителей на случаи, когда багаж включает вещи и ценности, предназначенные для продажи либо используемые гражданином-предпринимателем предпринимательской деятельности?

Задание 4. Семья приобрела тур в одну из европейских стран. В аэропорту туристам не был обеспечен трансферт, и семье пришлось добираться до отеля, находящегося на отдаленном расстоянии от аэропорта, на такси. По возвращении домой указанные лица обратились в турфирму с претензией, в которой просили возместить понесенные ими расходы на оплату дороги до отеля, а также моральный вред, причиненный им в связи с непредоставлением туристского автобуса, указанного в договоре, дополнительными финансовыми потерями и стрессовым состоянием.

Правомерны ли требования семьи Петровых?

Задание 5. Приобретены в турагентстве путевки в Карловы Вары для отдыха и лечения. Однако впоследствии выяснилось, что программа медицинского обслуживания не соответствовала заявленной в договоре о реализации турпродукта, а обслуживание в ресторане санатория оказалось некачественным. Туристы решили потребовать возврата части стоимости тура.

К какой организации им следует предъявить свои требования: туроператору, турагентству или санаторию, непосредственно оказывавшему услуги?

Задание 6. В турфирму поступила претензия следующего содержания: 10 сентября 2023 года я, Петров С.М. приобрел в турфирме «Мир», расположенной по адресу Екатеринбург, ул. Тимирязева, 22, туристскую поездку в Таиланд. Со мной был заключен договор № 2211 (копия прилагается). За поездку в соответствии и указанным договором я заплатил 48 000 рублей. Поездка состоялась в установленные сроки. Сначала все было хорошо. Меня встретили и заселили в отеле. Но с наступлением ночи счастье закончилось. Меня разбудили странные звуки. Когда я обратился к администрации отеля, они мне нахально заявили, что это падают спелые кокосы. Но я сам видел, как местные жители срывают плоды с пальмы, загоняя на нее обезьяну, привязанную на цепочку. В результате я не только не высыпался, но и пил молоко из незрелых кокосов! Как может обезьяна определить, созрели они или нет?! Кроме того, менеджер турфирмы меня не предупредил о том, что нельзя трогать обезьян! Я всего лишь попытался сдернуть за хвост обезьяну, которая нагло лазила по кокосовой пальме, растущей около моего балкона. Мало того, что это животное прокусило мне палец, так еще ее хозяин вызвал полицию. Меня даже хотели

оштрафовать... А за что?! Требую компенсацию морального вреда за испорченный отдых и оплаты медицинского обследования, вдруг эта обезьяна меня чем-то заразила.

1. Правомерны ли требования туриста и почему?
2. Составьте ответ на претензию туриста.

Задание 7. В турфирму поступила претензия следующего содержания от клиентки, вернувшейся из Туниса: «Я столкнулась с настоящим хамством со стороны персонала отеля: официанты в ресторане говорили только на английском или французском. По этой причине мне каждый раз приходилось объясняться с ними жестами. Во время одного из таких «разговоров» я нечаянно опрокинула бутылку красного вина, чем безнадежно испортила свою одежду. Прошу возместить мне стоимость платья (\$1500) и бутылки марочного вина (\$50)».

1. Дайте правовую оценку данной ситуации.
2. Составьте письменный ответ на претензию клиентки.

Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

а) Планируемые результаты обучения и оценочные средства для проведения промежуточной аттестации:

| Код индикатора | Индикатор достижения компетенции | Оценочные средства |
|--|--|---|
| ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности | | |
| ОПК-3.1 | Оценивает качество оказания услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон | <p>Примерный перечень вопросов к зачету</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Субъекты туристской индустрии. 2. Права и обязанности субъектов туристской индустрии 3. Принципы государственного регулирования туристской деятельности. 4. Единый федеральный реестр туроператоров. 5. Государственный надзор в сфере туристской деятельности. 6. Понятие туристической услуги в соответствии с ГК РФ. 7. Договор оказания туристских услуг. 8. Субъективные права и обязанности сторон договора оказания туристских услуг. 9. Требования к предоставляемому финансовому обеспечению ответственности туроператора. 10. Договор страхования ответственности туроператора. 11. Стандарты и классификаторы туристской деятельности. и туристских услуг. <p>Примерный перечень тестовых заданий</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Что означает термин «туристская лицензия»? <ol style="list-style-type: none"> А. Документ, разрешающий туроператору проводить деятельность на территории другой страны Б. Специальное разрешение на въезд в страну для туристов В. Документ, подтверждающий право туристической фирмы на осуществление туроператорской деятельности Г. Личная карта туриста, выдаваемая по прибытии на курорт 2. Какое из нижеперечисленных нарушений может привести к аннулированию туристической лицензии? <ol style="list-style-type: none"> А. Опоздание группы туристов на автобус Б. Несвоевременная выплата заработной платы персоналу В. Организация тура без заключения договора с туристом Г. Перенос экскурсии на другую дату по требованию туристов 3. Какие документы обязательно должны быть включены в туристский пакет? <ol style="list-style-type: none"> А. Паспорт туриста и виза Б. Технический паспорт на автобус В. Договор на оказание туристических услуг и ваучер Г. Страховой полис от несчастных случаев |

| Код индикатора | Индикатор достижения компетенции | Оценочные средства |
|----------------|--|--|
| | | <p>4. Какое агентство в России осуществляет регулирование нормативно-правовой деятельности в сфере туризма?</p> <p>А. Федеральная антимонопольная служба (ФАС) Б. Роспотребнадзор В. Ростуризм Г. Министерство культуры России</p> |
| ОПК-3.2 | Обеспечивает требуемое качество процессов оказания услуг в соответствии с международными и национальными стандартами | <p>Примерный перечень вопросов к зачету</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Общие принципы правового обеспечения социально-культурного сервиса и туризма. 2. Основные источники международного права в туризме. 3. Правовое обеспечение туризма на межнациональном уровне. 4. Правовое регулирование сервиса и туризма и сервисных услуг в РФ. 5. Правовое обеспечение сервисной и туристской деятельности на региональном уровне. 6. Правовое обеспечение деятельности организации в сфере туризма. 7. Финансовое обеспечение ответственности туроператора. 8. Гражданский кодекс РФ как правовая основа предпринимательской деятельности в туристской индустрии. <p>Примерный перечень тестовых заданий</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какой документ является основным законодательным актом, регулирующим туристскую деятельность в России? <p>А. Конституция Российской Федерации Б. Федеральный закон «О туризме» В. Гражданский кодекс Российской Федерации Г. Уголовный кодекс Российской Федерации</p> 2. Какой вид ответственности может возникнуть в случае невыполнения туроператором своих обязательств перед туристом? <p>А. Уголовная ответственность Б. Моральный вред В. Гражданская ответственность Г. Административное наказание</p> 3. Что такое «гарантийный фонд туроператоров»? <p>А. Финансовая поддержка туроператоров в случае их банкротства Б. Фонд, который обеспечивает гарантии возврата средств туристам в случае прекращения деятельности туроператора В. Фонд, который выплачивает страховое возмещение туристам в случае несчастных случаев на отдыхе Г. Фонд, который предоставляет скидки туристам на бронирование гостиниц</p> 4. Какие нормативные акты регулируют вопросы охраны окружающей среды и культурного наследия в сфере туризма? <p>А. Закон «О защите прав потребителей»</p> |

| Код индикатора | Индикатор достижения компетенции | Оценочные средства |
|--|---|--|
| | | Б. Конвенция ЮНЕСКО о защите мирового культурного и природного наследия В. Федеральный закон «О туризме» Г. Международный стандарт ISO 9001:2015 5. Высшей юридической силой обладает А. Указ Президента РФ Б. Федеральный закон В. Конституция РФ Г. Нормативно-правовой акт 6. Закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности» зарегистрирован А. 22 октября 1993 г. № 113-ФЗ Б. 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ В. 28 декабря 2000 г. № 145-ФЗ Г. 07 февраля 1992 г. № 2300-1 |
| ОПК-4 Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта | | |
| ОПК-4.1 | Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов | Примерный перечень вопросов к зачету 1. Тенденции маркетинга в туризме и концепции маркетинга туристического предприятия. 2. Маркетинговые исследования конкурентов, конкурентной среды и потребителей туристических услуг 3. Туристский продукт как экономическая категория 4. Планирование и разработка туристского продукта. 5. Ценовая политики и ценообразование туристского продукта. 6. Формирование лояльности потребителей туристского продукта 7. Сегментирование туристического рынка 8. Позиционирование туристского продукта 9. Характеристика каналов сбыта в туризме 10. Стимулирование сбыта в туризме |
| ОПК-4.2 | Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет | Примерное задание к зачету Распределите мероприятия и средства представления информации 1 - 1 8 по пяти основным группам: а) реклама б) стимулирование продаж в) мерчандайзинг г) событийный маркетинг д) прямой маркетинг (включая личные продажи) е) Public Relations. 1) Информационное сообщение, или пресс-релиз в печатном периодическом издании (газете) о 10-летнем юбилее компании; |

| Код индикатора | Индикатор достижения компетенции | Оценочные средства |
|----------------|----------------------------------|---|
| | | <p>2) Прямая почтовая рассылка рекламно-информационных материалов;</p> <p>3) Пресс-конференция с приглашением представителей СМИ по поводу открытия филиала компании;</p> <p>4) Размещение рекламы на щитовых конструкциях размером 3 на 6 м. на городских улицах;</p> <p>5) Плакат, рекламирующий товар, который размещен в торговой точке, где этот товар продается;</p> <p>6) Продажи по каталогам (рассылка компанией каталогов предлагаемых товаров);</p> <p>7) Упаковка-комплект сопутствующих товаров по льготной цене; ж) Размещение имиджевой статьи в газете «Владивосток»;</p> <p>8) Размещение рекламных роликов о компании на видеопанно на городской площади;</p> <p>9) Спонсорская деятельность (выделение денежных средств на проведение спортивного праздника);</p> <p>10) Распространение косметики торговым агентом на дому или на вашем рабочем месте;</p> <p>11) Размещение образцов товаров (кремов, шампуней и т.д.) в женских журналах;</p> <p>12) Продвижение и продажи товаров через телемагазины на канале телевидения;</p> <p>13) Товар предлагается по низкой цене или бесплатно в качестве поощрения за покупку другого товара;</p> <p>14) Демонстрация рекламных блиц-роликов на телеканале СТС;</p> <p>15) Участие в промышленной выставке с целью заключения договоров на поставку товаров;</p> <p>16) Использование дисконтных карт с накопительными скидками; р) Продажи по телефону или телемаркетинг;</p> <p>17) Предоставление торговой точке оборудования с фирменной символикой производителя;</p> <p>18) Организация праздника на площади города по поводу 10-летнего юбилея компании.</p> |

б) Порядок проведения промежуточной аттестации, показатели и критерии оценивания:

Промежуточная аттестация по дисциплине «Основы туризма и туристской деятельности» проводится в форме зачета, зачет по дисциплине проводится по результатам текущего контроля успеваемости.

Показатели и критерии оценивания зачета:

– на оценку «зачтено» – обучающийся демонстрирует сформированность компетенций - знание учебного материала, навыки выполнения практические заданий, умение оперировать знаниями и навыками

– на оценку «не зачтено» – обучающийся не может показать знания на уровне воспроизведения и объяснения информации, не может показать интеллектуальные навыки решения простых задач.