

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Задорожная Людмила Ивановна

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 14.07.2023 10:53:39

Уникальный программный ключ:

faa404c1aeb2a023b5f4a531ee5d1f540496512d

Дата подписания: 14.09.2021 11:54:30

Уникальный программный ключ:

71183e1134ef9cfa69b206d480291b2a5b7ced

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Майкопский государственный технологический университет»

Факультет экономики и сервиса

Кафедра маркетинга, сервиса и туризма



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.02.01 Экономика туризма

по направлению

подготовки бакалавров 43.03.02 Туризм

по профилю подготовки Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

квалификация (степень)

выпускника бакалавр

форма обучения очная, заочная

год начала подготовки 2020

Рабочая программа составлена на основе ФГОС ВО и учебного плана ФГБОУ ВО «МГТУ» по направлению (специальности) 43.03.02 Туризм

Составитель рабочей программы



Рабочая программа утверждена на заседании кафедры маркетинга, сервиса и туризма

Заведующий кафедрой
« 27 » мая 2020г.



Кумпилова А.Р.

Одобрено учебно-методической комиссией
факультета экономики и сервиса

« 27 » мая 2020г.

Председатель
учебно-методического
совета направления



Кумпилова А.Р.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Декан факультета экономики и сервиса

« 27 » мая 2020г.



Ешугова С.К.

(подпись)

(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНО:

Начальник УМУ

« 27 » мая 2020г.



Чудесова Н.Н.

(подпись)

(Ф.И.О.)

Зав. выпускающей кафедрой
по направлению (специальности)



Кумпилова А.Р.

(подпись)

(Ф.И.О.)

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов: знания об основных понятиях в области организации туристских услуг, исходя из современных рыночных реалий; понятий, связанных с рынком, изучение особенностей их функционирования на традиционных рынках; технологий продвижения услуг. Анализ спроса и предложений на конкретные виды туристских услуг на региональном, российском и мировом уровне.

В соответствии с заявленной целью, требованиями ФГОС задачи дисциплины будут следующие:

- развить способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения познакомить обучающихся со специальной терминологией, связанной с понятием «экономический туристский рынок»
- познакомить с экономической и туристско-рекреационной литературой;
- изучить методику создания и продвижения туристских услуг на экономических рынках;
- научить обучающихся создавать продукты туристско-рекреационного профиля в соответствии с потребностями рынка;
- выработать навыки грамотного коммуникативного поведения с потребителем туристско-рекреационной продукции.

2. Место дисциплины в структуре ОП по направлению подготовки 43.03.02.Туризм

Подготовка бакалавров туризма предполагает получение базовой системы знаний (общепрофессиональная часть) и вариативной части.

Учебная дисциплина «Экономика туризма» входит в перечень дисциплин по выбору, части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

Преподавание дисциплины базируется на знаниях, полученных при изучении курсов «География туризма», «Организация туристской деятельности», «Туристско-рекреационное ресурсоведение», «Организация туроперейтинга» и др.

В свою очередь, знания и умения по дисциплине будут востребованы при изучении курсов «Экономика и предпринимательство в сфере туризма», «Технологии продаж», «Технологии туристской деятельности», и т.д.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине «Экономика туризма», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В процессе освоения дисциплины у бакалавров формируются следующие компетенции:

ПКУВ-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать: общие закономерности формирования концепции инновационных проектов, реальных и эмоциональных рынков – ПКУВ-2.

уметь: применять методы анализа из сферы психологического знания (эмоции, впечатление, восприятие) к разработке и поиску решений в деятельности предприятий туристской индустрии в проектировании туристского продукта – ПКУВ-2.

Владеть:

- навыками определять реальный и потенциальный спрос на рынке на туристскую продукцию и технологией подготовки инновационных проектов – ПКУВ-2.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы. Общая трудоемкость дисциплины.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы по очной форме обучения.

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестр
		5
Аудиторные занятия (всего)	34/0,96	34/0,96
В том числе:		
Лекции (Л)	17/0,48	17/0,48
Практические занятия (ПЗ)	17/0,48	17/0,48
Семинары (С)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
СРП	0,25/0,006	0,25/0,006
Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)	74/2,05	74/2,05
В том числе:		
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Реферат	36/1	36/1
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>		
1. Составление плана-конспекта	36/1	36/1
2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных	2/0,05	2/0,05
Форма промежуточной аттестации: зачёт	-	-
Общая трудоемкость	108/3	108/3

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

4.2. Объем дисциплины и виды учебной работы для ЗФО

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.	Семестр
		5
Аудиторные занятия (всего)	14/0,5	14/0,5
В том числе:		
Лекции (Л)	4/0,11	4/0,11
Практические занятия (ПЗ)	10/0,28	10/0,28
Семинары (С)	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-
СРП	0,25/0,006	0,25/0,006
Самостоятельная работа студентов (СРС) (всего)	85/2,36	85/2,36
В том числе:		
Контрольная работа	8/0,22	8/0,22

Расчетно-графические работы	-	-
Реферат	36/1	36/1
<i>Другие виды СРС (если предусматриваются, приводится перечень видов СРС)</i>		
1. Составление плана-конспекта	36/1	36/1
2. Проведение мониторинга, подбор и анализ статистических данных	5/0,14	5 /0,14
Форма промежуточной аттестации: зачёт	-	-
Общая трудоемкость	108/3	108/3

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины для очной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	КРАТ	СРП	Контроль	СР	
5 семестр									
1.	Рынок как социокультурное явление.	1-2	2	2				10	Блиц-опрос
2.	Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.	3-4	2	2				10	Блиц-опрос
3.	Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии.	5-6	2	2				10	Блиц-опрос
4.	Сегментация туристского рынка.	7-8	2	2				10	Модуль
5.	Определение целевых туристских рынков	9-10	2	2		0,25		10	Блиц-опрос
6.	Конкурентоспособность российских туристских компаний на глобальном рынке.	11-12	2	2				10	Блиц-опрос
7.	Технологии продвижения туристских продуктов на заявленных рынках	13-14	2	2				4	Блиц-опрос
8.	Стратегия управления конкурентоспособностью российских туристских компаний.	15-16	3	3				10	Модуль

9.	Промежуточная аттестация	17							зачёт
	ИТОГО:		17	17		0,25		74	

5.2. Структура дисциплины для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Виды учебной работы, включая самостоятельную и трудоемкость (в часах)					
		Л	СЛЗ	КРАГ	СРП	КОНТ	СРС
5 семестр							
1.	Рынок как социокультурное явление.	2					10
2.	Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.	2					10
3.	Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии.		2				10
4.	Сегментация туристского рынка.		2				10
5.	Определение целевых туристских рынков		2		0,25		10
6.	Конкурентоспособность российских туристских компаний на глобальном рынке.		2				10
7.	Технологии продвижения туристских продуктов на заявленных рынках		2				13
8.	Стратегия управления конкурентоспособностью российских туристских компаний.					8	
9.	Итоговое занятие						12
10.	Промежуточная аттестация – зачёт.						
	Итого:	4	10		0,25	8	85

5.3. Содержание разделов дисциплины «Экономика туризма», образовательные технологии (ОФО, ЗФО).

Лекционный курс.

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоёмкость		Содержание	Формируемые компетенции	Результаты освоения (знать, уметь, владеть)	Образовательные технологии
		ОФО	ЗФО				
Тема 1.	Рынок как социокультурное явление.	2/0,06	2/0,06	Характеристика современных рыночных реалий. Понятие и сущность экономики туристского рынка. Опыт функционирования туристского рынка в мире, России, регионе. Проблемы и перспективы развития туристских рынков. Механизм функционирования туристского рынка. Туристский кругооборот как система юридических и экономических отношений между туристом и турфирмой. Анализ направлений денежных потоков на туристском рынке.	ПКУВ-2.	Знать: основные этапы эволюции региональной экономики и выявить её основные направления; Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации	Проблемная лекция.
Тема 2.	Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.	2/0,06	2/0,06	Понятие и сущность мирового туристско-рекреационного рынка. Функционирование экономических законов в туризме. Функции туристского рынка (реализация стоимости и потребительской стоимости, заключенных в туристском продукте; организация процесса доведения туристского продукта до потребителя; экономическое обеспечение материальных стимулов к труду). Субъекты туристского рынка (туристы, как потребители турпродукта, туроператоры и турагенты). Понятие емкости туристского рынка. Понятие объема реализации отдельных туров. Зависимость емкости туристского рынка от платежеспособности населения, уровня цен, размеров турпредложения.	ПКУВ-2.	Знать: основные элементы, складывающие понятие региональной государственной политики, а также признаки и типы её норм. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации, технологиями совместной работы в малых творческих группах.	Лекция-беседа, интерактивные методы обучения (мозговой штурм).

Тема 3.	Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии.	2/0,06	-	Виды и тенденции современных туристско-рекреационных рынков. Актуальные проблемы развития рынка туристской индустрии на региональном, Российском и мировом уровне. Сезонность как главная проблема функционирования туристского рынка. Первичные (природно - климатические) и вторичные (экономические, демографические и т.д.) факторы сезонности туристских рынков. Коэффициент сезонности туристских рынков. Влияние коэффициента сезонности туристских рынков на структуру занятости работников туристской индустрии.	ПКУВ-2.	Знать: понятие информации, специфичность её движения; базовые элементы транзакционных и трансформационных издержек в накоплении информационного капитала. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации	Проблемная лекция.
Тема 4.	Сегментация туристского рынка.	2/0,06	-	Анализ критериев сегментирования туристских рынков (географические, социальные, психологические). Четыре географические зоны сегментирования (первая: Черноморский, Северо-Кавказский, Каспийский Азовский районы; вторая: Центральный, Северо-западный, Западный, Волжский, Уральский районы; третья: Обско - Алтайский, Енисейский, Прибайкальский, Дальневосточный районы; четвертая: Север). Анализ факторов близости и удаленности турцентров от целевых рынков. Признаки социального критерия сегментирования (уровень доходов; возрастной признак; жизненный цикл семьи). Признаки психологического критерия сегментирования (мотив поездки; психологический портрет туриста; транспортные средства, средства питания и размещения; длительность поездки). Виды и типы клиентов. Факторы формирования поведения потребителей на туристских рынках.	ПКУВ-2.	Знать: базовые понятия уровня жизни населения региона, индекс стоимости жизни; поведение институционального механизма поведения эмигрантов и иммигрантов. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации	Проблемная лекция.

Тема 5.	Определение целевых туристских рынков	2/0,06	-	Критерии целевых туристских рынков (количество сегментов рынка, определение наиболее выгодных из них и т.д.). Факторы стратегии охвата целевых туристских рынков (ресурсы фирмы; степень однородности продукции; этап жизненного цикла товара; степень однородности рынка; маркетинговые стратегии конкурентов). Оценка инновационно-технологических рисков на целевых туристских рынках, планирование, в связи с этим, территориальной проектной туристской деятельности. Современное общество потребления на целевых туристских рынках: социокультурный анализ. Схема позиционирования конкурентных товаров на целевых туристских рынках. Анализ позиции монополистов на целевых туристских рынках.	ПКУВ-2.	Знать: иерархическую региональную систему дохода регионов, формальные и неформальные институты при торговых операциях. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации	Проблемная лекция.
Тема 6.	Конкурентоспособность российских туристских компаний на глобальном рынке.	2/0,06	-	Концепция конкурентоспособности страны на глобальном туристском рынке. Оценка конкурентных преимуществ российских туристских компаний на местном и глобальном рынке. Стратегия управления конкурентоспособностью российских туристских компаний. Критерии, определяющие приоритетные направления деятельности российских туристских компаний с целью обеспечения конкурентоспособности на рынке. Российская туристская индустрия как экономическая система. Актуальные проблемы развития российской национальной туристической индустрии. Пути повышения конкурентоспособности национальной туристической индустрии. Показатели	ПКУВ-2.	Знать: механизм финансовой контрактной организации в интеграционных процессах и экономических взаимодействиях контрагентов Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы. Владеть: навыками сбора и анализа информации	Проблемная лекция.

				конкурентоспособности национального туристического производства на мировом рынке.			
Тема 7.	Технологии продвижения туристских продуктов на заявленных рынках.	2/0,06	-	Маркетинг рынка потребителей туруслуг. Виды маркетинга (массовый; товарнодифференцированный маркетинг; целевой маркетинг). Анализ факторов, влияющих на туристский спрос. Виды спроса на туристский продукт. Формирование ассортимента турпакетов. Виды и типы рекламных технологий. PR-акции как инструмент продвижения товаров. Стимулирование потребителей. Понятие бренда, как фактора узнаваемости туристского товара. Виды и типы брендов. Методика составления эмоциональных брендов туристской дестинации в соответствии с особенностями психологического восприятия разных возрастных категорий и социальных сегментов рынка.	ПКУВ-2.	Знать: основные виды международных инвестиционных контрактов, особенность координационных процессов глобальных субъектов и объектов. Уметь: организовать свою самостоятельную работу по изучению основной литературы. Владеть: навыками формирования оптимальной социально-психологической среды межличностного общения в процессе хозяйственности.	Лекция-беседа, интерактивные методы обучения (мозговой штурм).
Тема 8.	Итоговое занятие	3/0,1	-				
	Итого	17/0,48	4/0,11				

5.4. Практические занятия, их наименование, содержание и объем в часах.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование семинарских занятий	Объем в часах / трудоемкость в з.е.	
			ОФО	ЗФО
1.	Введение в предмет.	Место туризма в структуре народного хозяйства. Экономика туризма как часть туристической деятельности. Экономические характеристики туризма. Состояние и перспективы развития туризма в РФ. Предмет экономики туристического рынка.	2/0,06	2/0,06
2.		Индустрия туризма. Индустрия гостеприимства. Туристическое ожидание и туристический опыт. Классификация туризма. Классификация туроператоров. Системный подход в определении туризма.	2/0,06	
3.		Экономико-географический компонент туристической индустрии. Сезонность в туристическом бизнесе. Туристический рынок и его особенности.	2/0,06	2/0,06
4.		Туристический продукт и его конкурентоспособность. Характеристика туристических услуг. Разновидности туристических продуктов. Анализ обновления туристического продукта и его качества. Туристический экспорт и импорт. Валовой туристический продукт. Туристическое потребление и использование. Эффективность реализации туристического продукта для предприятия туристической индустрии.	2/0,06	2/0,06
5.	Региональные аспекты экономики туризма.	Социально-экономическое значение туризма. Экономическое значение иностранного туризма. Коэффициент дохода от туризма. Туризм как фактор экономического прогресса и развития. Содержание современной политики в туризме. Инвестиции в туристическую деятельность. Основные положения Концепции развития туризма в России.	2/0,06	
6.		Экономические условия осуществления предпринимательства в туризме, внешняя и внутренняя среда предприятия. Классификация коммерческих и некоммерческих организаций в сфере туризма. Объединения и ассоциации предприятий туристической индустрии, их задачи. Туристические предприятия как юридические лица.	2/0,06	2/0,06

7.		Организационные и государственнопровые формы предпринимательской деятельности в сфере туризма, малые предприятия. Основы организации предпринимательской деятельности. Государственный контроль в сфере туризма.	2/0,06	
8.		Общая характеристика основных фондов, материальные и нематериальные фонды. Оценка основных средств, физический и моральный износ, амортизация основных средств. Показатели использования основных средств. Использование лизинга в индустрии туризма. Оборотные средства предприятия как условия осуществления предпринимательской деятельности.	2/0,06	
9		Спрос и предложение на рынке труда. Подготовка кадров для туристической деятельности. Основы нормирования труда работников. Вертикальная и горизонтальная структура персонала на предприятиях туристической индустрии. Должностные обязанности работников сферы туризма. Формы и методы оплаты труда. Функционально-стоимостной подход к организации и стимулированию труда на предприятиях туриндустрии.	2/0,06	
10	Итоговое занятие		3/0,08	2/0,06
	Итого		17/0,48	10/0,28

5.5. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование лабораторных работ	Объем в часах / трудоемкость в з.е.
-	-	-	-

5.6. Примерная тематика курсовых проектов (работ) для обучающихся ОФО, ЗФО.

Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрены.

5.7. Самостоятельная работа бакалавров

Содержание и объем самостоятельной работы студентов

№ п/п	Разделы и темы рабочей программы для самостоятельного изучения	Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения	Сроки выполнения	Объем в часах/трудоемкость в з.е.	
				ОФО	ЗФО

5 семестр					
	Раздел 1. Введение в теорию.	Структура теорий региональной экономики. Фактор пространства в истории экономической мысли	1 неделя	8/0,24	14/0,38
	Раздел 1. Введение в теорию.	Теории размещения производства теория «центральных мест»	2 неделя	6/0,18	22/0,61
	Раздел 1. Введение в теорию.	Учение о пространственной организации хозяйства. Теории региональной специализации и межрегиональной торговли	2 неделя	6/0,18	14/0,38
	Раздел 1. Введение в теорию.	Современные направления развития теорий региональной экономики.	3 неделя	8/0,24	14/0,38
	Раздел 2. Региональная аспекты экономики туризма	Демографические факторы развития регионов.	3 неделя	6/0,18	14/0,38
	Раздел 2. Региональная аспекты экономики туризма	Система административно - территориального деления страны. Районирование территории	4 неделя	8/0,24	14/0,38
	Раздел 2. Региональная аспекты экономики туризма	Закономерности, принципы и размещения производительных сил регионов	5 неделя	6/0,18	14/0,38
	Раздел 2. Региональная аспекты экономики туризма	Факторы размещения производительных сил и развития регионов	6 неделя	8/0,24	14/0,38
	Раздел 2. Региональная аспекты экономики туризма	Основные экономические показатели развития регионов	6 неделя	6/0,18	14/0,38
	Раздел 2. Региональная аспекты экономики туризма	Природно-ресурсный, производственный и трудовой потенциалы регионов РФ, их экономическая оценка,	7 неделя	6/0,18	14/0,38
	Раздел 2. Региональная аспекты экономики туризма	Экономические районы России и их социально-экономическая характеристика	8 неделя	6/0,18	14/0,38
		Итого		74/2,05	85/2,36

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

6.1. Методические указания

1. Поляк, Г. Б. Региональная экономика [Текст] : учебник / Поляк Г. Б. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 463 с. - Режим доступа: ЭБС Ай Пи Ар Букс.

2. Кузнецов, В. В. Региональная экономика [Текст] : курс лекций / В. В. Кузнецов, А. В. Одарченко. - Ульяновск : УлГТУ, 2012. - 118 с. - Интернет-ресурс

6.2. Литература для самостоятельной работы

1. Ермошина Г. П., Поздняков В. Я. Региональная экономика Учебное пособие. - М. : Инфра-М, 2009. — 576с.
2. Лексин В. Н., Швецов А. Н. Реформы и регионы. Системный анализ процессов реформирования региональной экономики, становления федерализма и местного самоуправления. - М.: Ленанд, 2012, — 1024 с.
3. Курнышев В. В., Глушкова В. Г. Региональная экономика. Основы теории и методы исследования. - М.: КноРус, 2010. — 256с.
4. Региональная экономика : учебник для академического бакалавриата / под ред. Е. Л. Плисецкого, В. Г. Глушковой. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 583 с.
5. Фетисов Г.Г. Орешин В.П. Региональная экономика и управление. Учебник. - М. : ИНФРА-М, 2010. — 416 с.
6. Чапек В. Н., Ильющенко В. А., Калинин А. И., Лобов С. Н. Региональная экономика. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2011 . — 256 с.
7. Янин А. Н. Региональная экономика и управление. Учебное пособие. - М.: Проспект, 2010. — 248 с.
8. Журнал «Региональная экономика: теория и практика»- <http://www.fin-izdat.ru/journal/region/>

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (согласно учебному плану)	Наименование дисциплин и практик, формирующих компетенции в процессе освоения образовательной программы.
	<i>ПКУВ-2 - способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности.</i>
2	Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность
2	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности
4	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
5	Региональная экономика
5	<i>Экономика туризма</i>
5	Брендинг территорий
6	Технологии продаж
6	Маркетинг в туристской индустрии
6	Прикладной маркетинг
6	Технологическая практика
7	Экспозиционная и выставочная работа
7	Геобрейдинг региона
7	Связи с общественностью в сфере туризма
7	Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью
8	Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Этапы формирования компетенции (согласно учебному плану)	Наименование дисциплин и практик, формирующих компетенции в процессе освоения образовательной программы
<i>ПКУВ-2: Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения.</i>	
4	Исследовательская практика
5	Брендинг территорий
5	Экономика туризма
5	Региональная экономика
6	Страхование и риски в туризме
6	Бухгалтерский учет в туристской индустрии
6	Проектно-технологическая практика
8	Прикладной туроперейтинг
8	Стратегический маркетинг в туризме
8	Преддипломная практика
8	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена
8	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

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

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично	
<i>ПКУВ-2 - способен принимать участие в управлении и организации работы отделов рекламы и связей с общественностью / агентств рекламы и СО, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность коммуникационной деятельности.</i>					
Знать: общие закономерности формирования концепции инновационных проектов, реальных и эмоциональных рынков.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	Тестовое задание, темы рефератов, темы докладов, темы научных дискуссий (круглых столов), вопросы к зачету.
Уметь: уметь применять методы анализа из сферы психологического знания (эмоции, впечатление, восприятие) к разработке и поиску решений в деятельности предприятий туристской индустрии в проектировании туристского продукта.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	
Владеть: навыками определять реальный и потенциальный спрос на рынке на туристскую продукцию и технологией подготовки инновационных проектов.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	

- 3.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля

1. Рынок: понятие и разновидности.
2. Предпринимательская среда.
3. Организационно-правовые формы туристских предприятий.
4. Основные средства туристского предприятия: понятие и классификация.
5. Планирование, учет, оценка и анализ эффективности использования основных средств.
6. Износ и амортизация основных средств, их виды.
7. Воспроизводство основных фондов.
8. Аренда и лизинг имущества.
9. Оборотные средства туристского предприятия, их характеристика.
10. Определение потребности в оборотных фондах и средствах.
11. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью.
12. Показатели эффективности использования оборотных средств.
13. Издержки туристского предприятия и их классификация.
14. Калькуляция себестоимости продукции и услуг.
15. Методы учета затрат туристского предприятия.
16. Определение точки безубыточности.
17. Ценовые стратегии.
18. Ценообразование на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства.
19. Определение цены по системе «директ-костинг».
20. Прибыль предприятия и методы ее расчета.
21. Безубыточность работы туристского предприятия.
22. Финансовый леверидж.
23. Операционный рычаг.
24. Налогообложение туристских предприятий.
25. Распределение прибыли в туристских предприятиях.
26. Экономический анализ.
27. Анализ оборотных активов туристского предприятия.
28. Основные показатели анализа хозяйственной деятельности туристского предприятия.
29. Финансовая устойчивость туристского предприятия.
30. Оценка платежеспособности и ликвидности туристского предприятия.
31. Диагностика банкротства туристского предприятия.
32. Финансовое планирование на туристском предприятии.
33. Бюджет и его значение в деятельности туристского предприятия.
34. Кадры туристского предприятия: структура, управление.
35. Производительность труда: определение, показатели.
36. Выработка и трудоемкость, их характеристика.
37. Планирование производительности труда на туристском предприятии.

Вопросы к зачету

1. Туристский рынок как сфера проявления экономических отношений.
2. Понятие и сущность мирового туристско-рекреационного рынка.
3. Функционирование экономических законов в туризме.
4. Функции туристского рынка.
5. Субъекты туристского рынка.

6. Понятие емкости туристского рынка.
7. Понятие объема реализации отдельных туров.
8. Зависимость емкости туристского рынка от платежеспособности населения, уровня цен, размеров турпредложения.
9. Механизм функционирования туристского рынка.
10. Туристский кругооборот как система юридических и экономических отношений между туристом и турфирмой.
11. Анализ направлений денежных потоков на туристском рынке.
12. Понятие и сущность актуальных проблем развития рынка туристской индустрии.
13. Виды и тенденции современных туристско-рекреационных рынков.
14. Актуальные проблемы развития рынка туристской индустрии на региональном, Российском и мировом уровне.
15. Сезонность как главная проблема функционирования туристского рынка.
16. Первичные и вторичные факторы сезонности туристских рынков.
17. Коэффициент сезонности туристских рынков.
18. Влияние коэффициента сезонности туристских рынков на структуру занятости работников туристской индустрии.
19. Сегментация туристского рынка.
20. Анализ критериев сегментирования туристских рынков.
21. Четыре географические зоны сегментирования.
22. Анализ факторов близости и удаленности турцентров от целевых рынков.
23. Признаки социального критерия сегментирования.
24. Признаки психологического критерия сегментирования.
25. Виды и типы клиентов.
26. Факторы формирования поведения потребителей на туристских рынках.
27. Фактор свободного времени населения как опосредованный фактор сегментирования туристского рынка.
28. Выбор целевых сегментов рынка.
29. Определение целевых туристских рынков.
30. Критерии целевых туристских рынков.
31. Факторы стратегии охвата целевых туристских рынков.
32. Оценка инновационно-технологических рисков на целевых туристских рынках, планирование, в связи с этим, территориальной проектной туристской деятельности.
33. Современное общество потребления на целевых туристских рынках: социокультурный анализ.
34. Схема позиционирования конкурентных товаров на целевых туристских рынках.
35. Анализ позиции монополистов на целевых туристских рынках.
36. Действие экономических законов на целевых туристских рынках.
37. Понятие бренда, как фактора узнаваемости туристского товара.

Тестовые задания

(Вопросы с выбором одного правильного ответа из общего числа предложенных)

1. Укажите основную цель функционирования предприятия в рыночных условиях:
 - а) получение прибыли и ее максимизация;
 - б) повышение заработной платы работников;

- в) выход на мировой рынок;
 - г) максимальное удовлетворение общественных потребностей;
 - д) совершенствование производственной структуры предприятия;
 - е) внедрение новой техники и технологии.
2. Выделите организационно-правовые формы предприятий:
- а) государственное или имущественное унитарные предприятия;
 - б) совместные предприятия;
 - в) производственные кооперативы;
 - г) малые предприятия;
 - д) хозяйственные общества;
 - е) хозяйственные товарищества.
3. Важнейшей задачей предприятия во всех случаях является:
- а) создание рабочих мест для населения, живущего в окрестностях предприятия;
 - б) получение дохода от реализации потребителям производимой продукции (выполненных работ, оказанных услуг);
 - в) недопущение сбоев в работе предприятия (срыва поставки, выпуска бракованной продукции, резкого сокращения объема производства и снижения его рентабельности).
4. Выделите основные черты, которые характеризуют товарное производство. Товарное производство - это:
- а) специфический вид деятельности по созданию новых товаров и услуг;
 - б) изготовление товаров и услуг не для собственного потребления, а для продажи на рынке;
 - в) обеспечение потребителей необходимой продукцией, работой, услугами;
 - г) переработка исходных материалов с целью получения прибыли.
5. Укажите, по каким признакам классифицируются рынки:
- а) по объектам и субъектам, по географическому признаку, по степени конкуренции, по характеру продаж, по отраслевому признаку;
 - б) согласно существующей отраслевой и территориальной схеме национальной экономики;
 - в) по функциональному признаку.
6. Хозяйственным товариществом является:
- а) общество с ограниченной ответственностью;
 - б) общество с дополнительной ответственностью;
 - в) коммандитное товарищество;
 - г) закрытое акционерное общество.
7. Хозяйственным обществом является:
- а) полное товарищество; б) закрытое акционерное общество; в) коммандитное товарищество; г) товарищество на вере.
8. Число акционеров закрытого акционерного общества не может превышать:
- а) 1; б) 5; в) 50; г) 1000.
9. Унитарное предприятие - это коммерческая организация:
- а) наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником;
 - б) не наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником;

- в) частично наделенная правом собственности на имущество, закрепленное за ним собственником;
- г) наделяемая правом собственности на имущество по усмотрению собственника.
10. Холдинговая компания - это предприятие:
- а) владеющее контрольными пакетами акций других предприятий;
- б) занимающееся сбытом продукции;
- в) контролирующее производство одного вида товара;
- г) осуществляющее страховую деятельность.
11. Натуральная форма основных средств в процессе производства:
- а) не сохраняется; б) сохраняется;
- в) видоизменяется; г) частично видоизменяется.
12. Потеря средствами труда своих первоначальных качеств:
- а) моральный износ; б) физический износ;
- в) потенциальный износ; г) активный износ.
13. Коэффициент, который характеризует уровень использования машин и оборудования по мощности:
- а) коэффициент экстенсивного использования;
- б) коэффициент интенсивного использования;
- в) интегральный коэффициент; г) коэффициент сменности.
14. Постепенный перенос стоимости основных фондов на выпускаемую продукцию называется:
- а) амортизация; б) восстановительные отчисления; в) дисконтирование; г) пожертвования.
15. Сумма затрат подразделений, общепроизводственных и общехозяйственных расходов составляет:
- а) себестоимость подразделения; б) производственную себестоимость;
- в) полную себестоимость.
16. Прямые затраты - это затраты, которые:
- а) прямо относятся на себестоимость конкретного изделия;
- б) распределяются между изделиями пропорционально.
17. Внутренние факторы ценообразования:
- а) реклама; б) имидж производителя; в) уровень динамики инфляции;
- г) характер конкуренции между производителями.
18. Верхняя граница цены определяется ...
- а) суммой постоянных и переменных затрат; б) спросом;
- в) суммой внешних и внутренних издержек;
- г) издержками и максимальной прибылью.
19. Равновесная цена - цена, при которой равны ...
- а) объем спроса на товар и объем его предложения;
- б) прибыль и затраты на производство товара;
- в) объем реального производства и потенциальные возможности предприятий.
20. Основные цели ценообразования: а) минимизация убытков;
- б) максимизация прибыли; в) расширение доли рынка;
- г) обеспечение сбыта продукции; д) выход на мировой рынок.
21. Издержки производства - это ...
- а) расходы на содержание производственного оборудования;

- б) сумма всех затрат на производство продукции;
 - в) сумма денег, полученная от реализации продукции.
22. Внешние факторы, влияющие на ценообразование:
- а) общий спрос на продукцию; б) себестоимость продукции;
 - в) сезонность покупательского спроса; г) качество материалов и труда.
23. К переменным расходам относят ...
- а) материальные затраты; б) расходы на реализацию;
 - в) заработную плату основных рабочих;
 - г) амортизационные отчисления; д) общехозяйственные расходы.
24. Эластичность спроса по цене - это ...
- а) отношение процентного изменения спроса к процентному изменению предложения товара;
 - б) отношение процентного изменения спроса к процентному изменению цены;
 - в) отношение процентного изменения цены к процентному изменению спроса;
 - г) отношение процентного изменения цены к процентному изменению предложения товара.
25. Перспективное планирование на предприятии подразделяется на следующие виды:
- а) календарное; б) долгосрочное; в) среднесрочное; г) заводское.
- Контрольная работа выполняется в виде ответов на тесты. Тестовые вопросы имеют несколько вариантов ответов, из которых необходимо выбрать один или нескольких правильных ответов из общего числа предложенных. При написании контрольной работы необходимо внимательно прочитать задание, продумать ответ.

Тематика контрольных работ для студентов ЗФО

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля, практики, ГИА)

8.1. Методические указания (собственные разработки)

1. Дмитриев М.Н. Экономика туристского рынка М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 311 с.
2. Бронникова, Тамара Семеновна. Маркетинг : теория, методика, практика : учебное пособие для вузов : для бакалавров/Т. С. Бронникова.-3-е изд., перераб.- М.: КНОРУС, 2012. 207 с.
3. Косолапов А. Б. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства : учебное пособие для вузов/А. Б. Косолапов, Т. И. Елисеева.-5-е изд., стереотип.-М.: КНОРУС, 2011.-198 с.

8.2. Литература для самостоятельной работы

1. Арбузова, Надежда Юрьевна. Технология и организация гостиничных услуг : учебное пособие для вузов/Н. Ю. Арбузова.-2-е изд., испр.-М.:Академия,2011.- 222 с.
2. Аржаных Е.В. Научная работа: разработка комплекса маркетинговых коммуникаций на примере гостиничного комплекса Holiday-Inn-Moscow - с.54-63, Москва, 2005., 476с.
3. Бараненко, Сергей Петрович. Инновационный менеджмент: учебно-методический комплекс : учебное пособие для вузов/С. П. Бараненко, М. Н. Дудин, Н. В. Лясников.- Москва:Центрполиграф,2010. с. 286

4. Беркутова, Татьяна Алексеевна. Маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов/Т. А. Беркутова.-Ростов-на-Дону:Феникс,2008.-254 с.
5. Виноградова, Татьяна Владимировна. Технология продаж услуг туристской индустрии :учебник для вузов/Т. В. Виноградова, Н. Д. Закорин, Р. Ю. Тубелис ; Балтийская академия туризма и предпринимательства.-М.:Академия,2010., 238 с .
6. Гончарова, Наталья Александровна. Развитие туристской дестинации Tourism destination development:учебное пособие для вузов/Н. А. Гончарова ; Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета.-[Б. м.]:Издательство ТПУ,2010.-151 с.
7. Инновации как стратегический приоритет Томской области, 2012 : статистический сборник/РОССТАТ, Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Томской области ; [редкол. : С. В. Касинский (предс.) и др.]. - Офиц. изд.-Томск: Томскстат, 2012. -104 с.:ил., табл.
8. Кирьянова, Лилия Геннадьевна. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций Marketing and branding of tourism destinations:учебное пособие для вузов/Л. Г. Кирьянова ; Институт истории, международных и социальных исследований Ольборгского университета.-[Б. м.]:Издательство ТПУ,2010.-266 с.

8.3. Информационно-телекоммуникационные ресурсы сети «Интернет»

Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>

Архив Издательства American Association for the Advancement of Science. -

<http://www.sciencemag.org/content/by/year#classic>

Архив издательства Oxford University Press <http://www.oxfordjournals.org/>

Официальный сайт Федерального агентства по туризму Российской Федерации.-
www.russiatourism.ru;

Сайт Российского Союза туристической индустрии.- rostourunion.ru

Сайт ассоциации туроператоров России. - atorus.ru

Общероссийский генеральный реестр туристических агентств. - www.reestr-NF.ru

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

10.1. Перечень необходимого программного обеспечения

10.2 Перечень необходимых информационных справочных систем

1. Электронная библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com>)
2. Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
3. Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<https://www.book.ru>)
4. Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (www.znanium.com).
5. Консультант Плюс – справочная правовая система (<http://consultant.ru>)
6. Web of Science (WoS) (<http://apps.webofknowledge.com>)
7. Научная электронная библиотека (НЭБ) (<http://www.elibrary.ru>)
8. Электронная Библиотека Диссертаций (<https://dvs.rsl.ru>)
9. Кибер Ленинка (<http://cyberleninka.ru>)
10. Национальная электронная библиотека (<http://нэб.рф>)

11. Описание материально-технической базы необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Помещения для самостоятельной работы		
<p>Читальный зал ФГБОУ ВО «МГТУ»: ул. Первомайская, 191, 3 этаж.</p>	<p>Читальный зал имеет 150 посадочных мест, компьютерное оснащение с выходом в Интернет на 30 посадочных мест; оснащен специализированной мебелью (столы, стулья, шкафы, шкафы выставочные), стационарное мультимедийное оборудование, оргтехника (принтеры, сканеры, ксероксы)</p>	<p>Свободно распространяемое (бесплатное не требующее лицензирования) программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Операционная система на базе Linux; 2. Офисный пакет Open Office; 3. Графический пакет Gimp; 4. Векторный редактор Inkscape; <p>Антивирусные программы: Kaspersky Endpoint Security – № лицензии 17E0-160128-131746-407-72. Количество: 400 рабочих мест. Срок действия 1 год.</p>

**9. Дополнения и изменения в рабочей программе
за _____ / _____ учебный год**

В рабочую программу Б1. В.ДВ.02.01. Экономика туризма
(наименование дисциплины)

для направления (специальности) 43.03.02. Туризм
(номер направления (специальности))

вносятся следующие дополнения и изменения:

Дополнения и изменения внес _____
(должность, Ф.И.О., подпись)

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
маркетинга, сервиса и туризма
(наименование кафедры)

« ____ » _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой _____ Кумпилова А.Р.
(подпись) (Ф.И.О.)