

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

(Смоленский филиал Финуниверситета)

Кафедра «Экономика и менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Смоленского филиала
Финуниверситета



С.В. Земляк

«03» февраля 2026 г.

**ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И
ГОСТЕПРИИМСТВА**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
43.03.02 Туризм
профиль «Туристический бизнес и экономика впечатлений»

Рекомендовано Ученым советом Смоленского филиала
(протокол от 21 января 2026 г. №37)

Одобрено на заседании кафедры
«Экономика и менеджмент»
(протокол от 13 января 2026 г. №01)

Смоленск 2026

Содержание

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатами обучения по дисциплине.....	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	6
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся.....	6
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	6
5.1. Содержание дисциплины.....	6
5.2. Учебно-тематический план.....	11
5.3. Содержание семинаров, практических занятий.....	12
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	16
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	16
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю.....	18
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	29
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	46
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	47
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	49
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.....	52
11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения.....	52
11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные системы.....	52
11.3. Сертифицированные программные средства защиты информации....	52
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	52

1. Наименование дисциплины

«Организация деятельности в индустрии туризма и гостеприимства»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
УК-1	Способность к восприятию межкультурного разнообразия общества, в социально-историческом, этическом и философских контекстах, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей	1. Использует знания о закономерностях развития природы, межкультурного разнообразия общества для формирования мировоззренческой оценки происходящих процессов. 2. Использует навыки философского мышления и логики для формулировки аргументированных суждений и умозаключений в профессиональной деятельности. 3. Работает с различными массивами информации для выявления закономерностей функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и	Знать: аспекты проблемных ситуаций в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства; подходы и методики логического анализа при решении задач и написании отчетов в рамках организации деятельности в туризме и гостеприимстве Уметь: выявлять ключевые факторы и компоненты в рамках проблемных ситуаций в организации деятельности в туризме и гостеприимстве; использовать инструменты логического анализа при решении задач и написании отчетов в рамках организации деятельности в туризме и гостеприимстве Знать: цели и задачи управления в туризме и гостеприимстве. Уметь: обосновывать цели и задачи при организации деятельности в туризме и гостеприимстве. Знать: критерии и условия выбора в рамках ситуаций организации деятельности в туризме и гостеприимстве, подходы и методики осмысления выбора апостериори в рамках ситуаций организации деятельности в туризме и гостеприимстве Уметь: структурировано оценивать альтернативы при организации деятельности в туризме и

		этическом контекстах.	гостеприимстве, оценивать последствия и цепочки последствий принятых решений при организации деятельности в туризме и гостеприимстве.
ПКН-1	Способность принимать и применять технологические новации и современное программное обеспечение при решении профессиональных задач в туристской индустрии	1. Использует современные технологии в процессе разработки продуктов и услуг, туристских маршрутов, направлений и программ развития туризма и гостеприимства, обслуживания клиентов, включая электронную коммерцию. 2. Применяет комплекс экскурсионных технологий, включая методическое обеспечение, разработку, тестирование, проведение и оценку эффективности экскурсионных мероприятий. 3. Демонстрирует знания технологической документации экономических, финансовых, маркетинговых служб туристских организаций.	Знать: современные технологии и программные продукты, используемые при организации деятельности в туризме и гостеприимстве. Уметь: предлагать использование наиболее релевантных технологий для организации туристской деятельности. Знать: взаимосвязи экскурсионной деятельности с другими видами туристской и гостиничной деятельности. Уметь: использовать технологии экскурсионной деятельности при организации туристской деятельности и оценивать релевантность и эффективность экскурсионных мероприятий. Знать: технологическую документацию служб туристских организаций в целях организации туристской и гостиничной деятельности. Уметь: предлагать релевантные форматы технологической документации для организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства.
ПКН-2	Способность осуществлять основные функции управления туристской деятельностью, находить решения задач в условиях	1. Обосновывает выбор управленческих решений с учетом факторов риска в условиях неопределенности.	Знать: основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли. Уметь: выделять существенные факторы риска при принятия управленческих решений в индустрии туризма и

	реально функционирующих туристских предприятий	2. Использует эффективные методы управления бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства. 3. Принимает тактические управленческие решения в процессе координации и контроля деятельности функциональных подразделений организации туристской индустрии.	гостеприимства. Знать: методологию выделения бизнес-процессов и управления ими в сфере туризма и гостеприимства. Уметь: выбирать эффективные методы выстраивания и оптимизации бизнес-процессов в индустрии туризма и гостеприимства. Знать: подходы к координации и контролю деятельности подразделений предприятий сферы туризма и гостеприимства. Уметь: эффективно координировать и контролировать функциональные области деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства.
ПКН-3	Способность обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, разрабатывать стандарты и управлять качеством	1. Демонстрирует знания отечественных и зарубежных практик управления качеством в сфере туризма и гостеприимства. 2. Обосновывает выбор стратегических инструментов повышения качества услуг. 3. Разрабатывает рекомендации по внедрению системы стандартов качества в индустрию гостеприимства.	Знать: особенности управления качеством в туризме и гостеприимстве, а также лучшие подходы и практики в отдельных подотраслях. Уметь: предлагать наиболее релевантные подходы к управлению и обеспечению качества услуг в туризме и гостеприимстве. Знать: инструменты и стратегии повышения качества услуг в туризме и гостеприимстве. Уметь: предлагать наиболее целесообразные инструменты и стратегии повышения качества услуг при организации деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства. Знать: составляющие и принципы системы стандартов качества в индустрии гостеприимства Уметь: разрабатывать предложения по внедрению системы стандартов качества при организации и совершенствовании деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация деятельности в индустрии туризма и гостеприимства» относится к обязательной части общегуманитарного цикла, по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм», профиль «Туристический бизнес и экономика впечатлений».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 2 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	5 з.е./180	180
Контактная работа - Аудиторные занятия	32	32
<i>Лекции</i>	8	8
<i>Семинары, практические занятия</i>	24	24
Самостоятельная работа	148	148
Вид текущего контроля	<i>Контрольная работа</i>	<i>Контрольная работа</i>
Вид промежуточной аттестации	<i>Экзамен</i>	<i>Экзамен</i>

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы организации деятельности в индустрии туризма

Современное состояние и перспективы развития международного и национального туризма. Структура туристского рынка. Виды туризма.

План поэтапной работы по открытию туркомпании. Организационно-правовые формы и виды туристского бизнеса. Выбор системы налогообложения. Формы оплаты труда. Организационная структура турфирм.

Мотивация работников. Формирование команды. Управление конфликтами.

Профессиональная терминология и туристские аббревиатуры.

Федеральные (региональные) программы и проекты по развитию туризма. Национальный проект по развитию туризма и гостеприимства. Стратегия развития туризма в РФ. Целесообразность и основные принципы кластерного подхода и кластерных инициатив в организации туристской деятельности.

Условия осуществления туроператорской деятельности. Особенности туроперейтинга во внутреннем, въездном и выездном туризме. Инициативный и рецептивный туроперейтинг. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры. Классификация туроператоров по видам деятельности, по размерам, регионам деятельности и экономическим функциям.

Основные различия между туроператором и турагентом. Функции

турагентства. Содержание агентского соглашения. Требования, предъявляемые к агентскому соглашению. Стратегии создания агентских сетей. Преимущества и недостатки вхождения в турагентскую сеть.

Экскурсионные и трансферные организации. Услуги гида-экскурсовода и гида-переводчика, обязанности и параметры эффективности их работы.

Тема 2. Формирование туристского продукта

Формирование турпродукта, востребованного рынком. Ресурсная основа как источник туристского продукта. Основные и специфические характеристики турпродукта. Турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура.

Выявление факторов конкурентоспособности туристского продукта.

Основные принципы и особенности формирования регионального турпродукта.

Определение параметров спроса в разрезах сезонности, целей, мотивов, социально-демографических характеристик, территориального рассредоточения в рамках региона, дифференциации и индивидуализации, эластичности по доходу и цене.

Страхование в туризме.

Документальное сопровождение, этапы формирования и выполнения пешеходного тура.

Методика расчета тура. Документальное оформление тура. Динамическое и классическое пакетирование, бронирование на мета-поисковиках и ОТА. Использование B2B-платформ поставщиков (авиакомпаний, отелей, ресторанов) для формирования туристских предложений.

Обоснование экономической целесообразности овербукинга с комплексом мер сглаживания негативных последствий.

Особенности организации разных видов туризма: гастрономического/ делового/ медицинского /экологического туризма и другие.

Тема 3. Формы взаимодействия туроператора с поставщиками услуг

Формы взаимодействия туроператора со средствами размещения. Основные факторы, влияющие на уровень, динамику и методику ценообразования туроператора.

Компоненты транспортной системы обслуживания туристов.

Взаимоотношения и схемы взаимодействия туроператоров с авиакомпаниями. Агентское соглашение с авиакомпанией. Регулярные и чартерные авиаперевозки.

Взаимодействие туроператора с автотранспортными предприятиями.

Формы взаимодействия туроператора и железных дорог. Особенности взаимодействия с круизными компаниями.

Деятельность РЖД-тур: география поездок, турпродукты, сегменты, условия сотрудничества с туротраслью.

Формы взаимодействия туроператора с предприятиями питания.

Схемы сотрудничества туроператора с экскурсионными компаниями. Особенности организации основных видов экскурсионного обслуживания.

Тема 4. Основы организации гостиничной деятельности

Гостиничная терминология. Основные аспекты технологий гостиничной деятельности: гостевой цикл, бронирование и его типы (гарантированное, негарантированное, сверхбронирование), основные и дополнительные услуги, их комплиментарность, функциональные процессы в гостиницах. Технологическая цепочка взаимодействия гостиничных служб при оказании услуги размещения.

Основные этапы разработки гостиничного продукта. Жизненный цикл продукта, характеристика циклов.

Проектирование системы управления качеством услуг в компании туризма и индустрии гостеприимства. Методики оценки соответствия гостиниц и других средств размещения критериям классификации. Основные аспекты обслуживания и безопасности. Методы оценки качества: «секретный»/«тайный» гость, самоаудит, измерение удовлетворенности.

Предоставление дополнительных и персональных услуг по организации питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Работа бизнес-центра, сервис-бюро, оздоровительного центра и т.д.

Услуги питания как составляющая гостиничного продукта и фактор создания конкурентных преимуществ. Особенности проектирования тематических ресторанов в гостиницах.

Особенности дополнительных услуг в рамках оздоровительной, развлекательной и спортивной инфраструктуры средства размещения.

Примеры концептуального позиционирования объекта гостеприимства на основе уникальной комбинации внешних факторов площадки проекта. Фактор анимационной деятельности для курортных гостиниц. Технологии экскурсионного сервиса как дополнительные услуги.

Курортные отели и индустрия SPA.

Особенности и каналы продажи гостиничного продукта. Продажа услуг через национальные и международные системы бронирования.

Тема 5. Современные тренды и тенденции в организации гостиничной деятельности

Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами гостиничных предприятий и оценка ее эффективности. Эффективность чат-ботов в реализации дополнительных услуг отеля.

Ответственный туризм, экологичность, использование «зеленых технологий». «Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. Ресурсосбережение и охрана окружающей среды, как конкурентное преимущество. «Экологичность гостиничных услуг».

Проектная деятельность в разработке гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей.

Особенности обслуживания иностранных граждан в сфере гостиничного сервиса. Особенности организации обслуживания различных категорий туристов в разных категориях гостиниц. Особенности технологий обслуживания VIP-гостей.

Специфика внедрения национально- и культурно-ориентированных

программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль, других программ.

Веллнес-технологии (фитнес, йога, медитативные, когнитивные пространства) в качестве нового продуктового предложения.

Специфика работы конгресс-отелей. Эксклюзивная и дизайнерская конструкция бутик-отелей. Проблемы развития хостелов и иных бюджетных средств размещения.

Роль консалтинга как инструмента повышения эффективности в гостеприимстве. Деятельность и проекты международных консалтинговых компаний в сфере туризма и гостеприимства в России. Примеры проектов в области управления качеством гостиничных продуктов и стратегического маркетинга туристских и гостиничных предприятий, реализованных PKF International Tourism and Hospitality Experts Consulting.

Лучшие практики выхода на новые международные рынки крупнейших гостиничных сетей. Стратегии проникновения международных гостиничных операторов на российский рынок.

Процессы слияния и поглощения международных гостиничных сетей и их влияние на «линейку» гостиничных продуктов объединенных компаний и ее восприятие потребителями. Создание международных гостиничных конгломератов.

Опыт становления франчайзинговых отношений среди гостиничных управленцев. Влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций.

Тема 6. Современные тренды и тенденции в организации туризма

Тренды и тенденции развития туризма. Статистика и информационное обеспечение туризма.

Цифровизация туротрасли: B2C, B2B, B2G.

CRM-системы в туризме. Их интеграция с другими цифровыми решениями.

Особенности организации индивидуальных и авторских туров. Волонтерский туризм.

Экологическая сертификация средств размещения. Экосистемность в туризме как синергия планирования и финансирования для стабильного развития отрасли.

Формирование региональных бизнес-моделей развития туризма в современных условиях

Основные функции менеджмента в индустрии впечатлений. Основные положения экономики впечатлений.

Занятость местного населения как фактор повышения аутентичности туристских продуктов.

Особенности и проблемы организации туристской и гостиничной деятельности в малых городах и моногородах России.

Расширение возможностей и роли социального предпринимательства в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства. Значение туристских и гостиничных продуктов как инструмента укрепления социального партнерства, взаимопонимания, просвещения, неформального обучения и

образования, увеличения интереса к местной истории и краеведению, социализации и социальной реабилитации социально незащищенных граждан, людей с ограниченными возможностями, людей с ментальными особенностями.

Аспекты анализа текущей и перспективной емкости рынков туристских и гостиничных продуктов туризма для людей старшего (третьего) возраста на примере России. Особенности организации круизных маршрутов.

Тема 7. Имиджеология туристского бизнеса. Психологические аспекты работы с клиентами

Понятие имиджа и репутации турфирмы. Составляющие имиджа турфирмы. Оценка имиджа турфирмы.

Позиционирование гостиничного продукта на рынке. Создание образа гостиничного предприятия, ее роль в мероприятиях маркетинга и продаж. Особенности формирования гостиничного продукта в малом гостиничном бизнесе. Важность фирменного стиля гостиницы и имиджевой составляющей.

Психологические аспекты работы с клиентами. Мотивация туристского спроса. Психология туристских потребностей.

Формирование клиентской базы. Программы лояльности для клиентов в гостиничном секторе.

Инновационные способы организации эффективных продаж: формирование новых потребностей гостя, маркетинг взаимоотношений с потребителем, партнерские и бонусные программы.

Мотивация и ожидания потребителей как критерии сегментации. Этапы и эффективность сегментации. Портрет современного путешественника, его потребности. Типы и форматы туров, пользующиеся спросом у туриста. Типология клиентов с точки зрения потребляемого продукта. Ценности поколений XYZ.

Технологии продаж. Стандартный алгоритм работы с клиентом. Специфика работы с туристом по телефону. Использование мессенджеров (WhatsApp, Viber, Skype) и E-mail-переписки в коммуникации с клиентской базой. Ведение подбора (заявки). Основные правила и рекомендации. Применение скриптов. Примеры скриптов туристического агентства. Плюсы и минусы использования готовых сценариев продаж.

Послепродажное обслуживание клиента. Как работать с постоянными клиентами.

Договор с туристом. Оформление продаж.

Автоматизация процессов оплаты через различные каналы (мессенджеры, прямые ссылки, сайт, СБП и т.д.). Pay-travel.

Тема 8. Маркетинговые исследования и рекламная политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства

Специфика маркетинга в индустрии туризма. Комплексные маркетинговые исследования рынка.

«Агрегаторы» в сфере туризма. Плюсы и минусы каждого из способа продвижения. Для кого подходит модель работы с агрегаторами, а для кого – нет. Оценка эффективности такой работы.

Маркетинговая макросреда и микросреда в индустрии туризма и

гостеприимства: основные факторы и их влияние на деятельность фирм. Анализ потребителей, конкурентов, параметры цен, загрузки отеля, дохода, каналов продвижения. Анализ целевой аудитории.

Концепции «4P», «7P», «9P» в гостиничном маркетинге.

Рекламные каналы для турфирм и гостиниц: контекстная реклама, продвижение в поисковых системах (SEO), социальные сети (SMM), тематические сайты и форумы, геолокационные сервисы, 2Gis, поисковые системы, TripAdvisor, региональные и городские порталы, реклама в электронных и печатных СМИ, e-mail-рассылка.

Социальный маркетинг как инструмент продвижения гостиниц.

Особенности разработки стиля, содержания, структуры и элементов навигации сайта турфирмы и гостиницы. Аспекты мобильного интерфейса сайтов турфирм и гостиниц.

Виды выставочных мероприятий в туризме, их цели и задачи с точки зрения продвижения туристских и гостиничных продуктов.

5.2. Учебно – тематический план

Таблица 2

№ п/ п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах				Самост оятель ная работа	Формы текущего контроля успеваем ости
		Всего	Контактная работа - Аудиторная работа				
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1.	Тема 1. Теоретические основы организации деятельности в индустрии туризма	23	4	1	3	19	Дискуссия
2	Тема 2. Формирование туристского продукта	22	4	1	3	18	Дискуссия, решение тестовых заданий
3	Тема 3. Формы взаимодействия туроператора с поставщиками услуг	23	4	1	3	19	Дискуссия, решение тестовых заданий
4.	Тема 4. Основы организации гостиничной деятельности	22	4	1	3	18	Дискуссия, решение тестовых заданий
5.	Тема 5. Современные тренды и тенденции в организации гостиничной деятельности	23	4	1	3	19	Дискуссия, решение тестовых заданий
6.	Тема 6. Современные	22	4	1	3	18	Дискуссия,

	тренды и тенденции в организации туризма						решение тестовых заданий
7.	Тема 7. Имиджеология туристского бизнеса. Психологические аспекты работы с клиентами	23	4	1	3	19	Дискуссия, решение тестовых заданий
8.	Тема 8. Маркетинговые исследования и рекламная политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства	22	4	1	3	18	Дискуссия, решение тестовых заданий
	В целом по дисциплине	180	32	8	24	148	Согласно учебному плану: контрольная работа
	Итого в %		18%	25%	75%	82%	

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Теоретические основы организации деятельности в индустрии туризма	1. Терминология, приведенная в Законе о туристской деятельности. 2. Регистрация туристского предприятия. Комплект документов для подачи в налоговую службу. Выбор формы налогообложения. Виды организационных структур предприятий. 3. Аналитические показатели развития туризма и индустрии гостеприимства, формулирование выводов. 4. Характеристика разделов Национального проекта «Развитие туризма и гостеприимства в РФ». Примеры и характеристика туристских кластеров в России, перспективы их развития. 5. Виды, условия существования, финансовые гарантии и характеристика деятельности туроператорских фирм. Ознакомление с сайтами крупных российских туроператоров 6. Деятельность турагентств и условия договоров с туроператорами. Виды и примеры турагентских сетей. Преимущества и недостатки использования франчайзинга в турагентской деятельности. 7. Основы организации экскурсионной деятельности. Услуги гида-экскурсовода и гида-переводчика,	Устный опрос, решение тестовых заданий.

	обязанности и параметры эффективности их работы. Рекомендуемые источники: раздел 8: № 1, №2, №3, №4, №5, №6, №7, №13, №17; раздел 9 №3, №5, №7, №25	
Тема 2. Формирование туристского продукта	1. Характеристика турпродукта, его основные элементы. Процессы формирования турпродукта. 2. Определение целевой аудитории и методов продвижения туристского продукта. 3. Изучение региональных турпродуктов. 4. Изучение программ туристского страхования на примере российских страховых компаний. 5. Документальное сопровождение, этапы формирования и выполнения пешеходного тура. 6. Порядок и технология расчета тура. Документальное оформление тура. 7. Использование B2B-платформ поставщиков (авиакомпаний, отелей, ресторанов) для формирования туристских предложений. 8. Исследование туристских программ на примере гастрономического/ делового/ медицинского /экологического туризма. Рекомендуемые источники: раздел 8: № 1, №5, №6, №7, №13, №17; раздел 9 №3, №5, №7, №25	Устный опрос, решение тестовых заданий.
Тема 3. Формы взаимодействия туроператора с поставщиками услуг	1. Учет сезонных колебаний, спроса, целевой аудитории и прочих факторов при формировании турпродукта. 2. Взаимоотношения и формы взаимодействия туроператоров с авиакомпаниями. Регулярные и чартерные авиаперевозки. 3. Взаимодействие туроператора с автотранспортными и экскурсионными предприятиями. 4. Разработка и апробация железнодорожных туров. 5. Порядок заключения договоров туроператора с круизными компаниями. 6. Характеристика программ РЖД-тур. 7. Виды предприятий питания, используемые на туристском маршруте. Формы взаимодействия туроператора с предприятиями питания. Рекомендуемые источники: раздел 8: № 1, №5, №6, №7, №13, №17, №18, №19; раздел 9 №3, №5, №7, №25.	Устный опрос, решение тестовых заданий.
Тема 4. Основы организации гостиничной деятельности	1. Процессы в гостиничной деятельности. Технологическая цепочка взаимодействия гостиничных служб. 2. Разработка предложений по гостиничному продукту. 3. Оценка качества услуг гостиничной деятельности. 4. Организация и способы продажи дополнительных услуг гостиницы. Изучение конкретных примеров. 5. Организация ресторанной деятельности гостиниц. Примеры. 6. Анимация в гостиницах. Виды и технологии организации.	Устный опрос, решение тестовых заданий.

		7. Рассмотрение деятельности пляжных отелей, особенности их функционирования. 8. Особенности и каналы продвижения гостиничного продукта. 9. Сравнительная оценка национальных и международных систем бронирования. Рекомендуемые источники: раздел 8: № 1, №5, №6, №10, №12, №16, №17; раздел 9: №8, №9, №10, №25.	
Тема 5. Современные тренды и тенденции организации гостиничной деятельности		1. Формирование долгосрочных отношений с клиентами. Грамотное размещение информации на сайте. 2. Экологичность, «зеленые технологии» гостиничных услуг» на примере конкретных предприятий 3. Управление проектами в гостиничной деятельности. 4. Обслуживание иностранных граждан в сфере гостиничного сервиса, особенности питания, традиции. 5. Особенности технологий обслуживания VIP-гостей. 6. Особенности и характеристика национально- и культурно-ориентированных программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль, других программ. 7. Организация веллнес-технологий на примере конкретных отелей. 8. Рассмотрение особенностей деятельности и позиционирования разных видов гостиниц: конгресс-отел, бутик-отели. Особенности развития хостелов и иных бюджетных средств размещения. 9. Изучение проектов международных консалтинговых компаний в сфере туризма и гостеприимства. 10. Лучшие практики выхода на новые международные рынки крупнейших гостиничных сетей. Стратегии проникновения международных гостиничных операторов на российский рынок. 11. Процессы слияния и поглощения международных гостиничных сетей и их влияние на «линейку» гостиничных продуктов объединенных компаний и ее восприятие потребителями. Создание международных гостиничных конгломератов. 12. Опыт становления франчайзинговых отношений среди гостиничных управленцев. Влияние франчайзинга на развитие международных гостиничных корпораций. Рекомендуемые источники: раздел 8: № 1, №5, №6, №10, №12, №16, №17; раздел 9: №8, №9, №10, №25	Устный опрос, решение тестовых заданий.
Тема 6. Современные тренды и тенденции организации туризма		1. Проблемы и государственное регулирование развития туризма. Статистика и информационное обеспечение туризма. 2. B2C, B2B, B2G – отношения в туризме. Их особенности. 3. Сравнительный анализ функционала CRM-систем в туризме. Их интеграция с другими цифровыми решениями.	Устный опрос, решение тестовых заданий.

	4. Организация и примеры индивидуальных и авторских туров. Волонтерский туризм. 5. Экологическая сертификация средств размещения. 6. Формирование региональных бизнес-моделей развития туризма в современных условиях 7. Основные функции менеджмента в индустрии впечатлений. Основные положения экономики впечатлений. 8. Местное население и их роль в развитии туризма. 9. Развитие туризма в малых городах. 10. Характеристика и примеры социального предпринимательства в туризме. 11. Изучение и формирование программ для людей старшего (третьего) возраста. 12. Изучение предложений по круизным маршрутам. Типы кают. Рекомендуемые источники: раздел 8: № 1, №2, №3, №5, №6, №7, №13, №14, №17, №18, №19, раздел 9: №3, №5, №7, №15, №25.	
Тема 7. Имиджеология туристского бизнеса. Психологические аспекты работы с клиентами	1. Личный бренд руководителя турфирмы. 2. Оценка имиджа турфирмы на примере конкретных организаций. 3. Позиционирование гостиничного продукта на рынке. 4. Фирменный стиль гостиницы. 5. Типы клиентов с позиции психологии. Мотивация туристского спроса. 6. Формирование и поддержание клиентской базы. 7. Программы лояльности для клиентов в гостиничном секторе. 8. Портрет современного путешественника, его потребности. Типология клиентов с точки зрения потребляемого продукта. Ценности поколений XYZ. 9. Технологии продаж и послепродажное обслуживание клиентов. 10. Стандартный алгоритм работы с клиентом. 11. Применение скриптов при реализации турпродуктов. 12. Документальное оформление туров. Рекомендуемые источники: раздел 8: №11, №14, №17, №19; раздел 9 №3, №5, №7, №25	Устный опрос, решение тестовых заданий.
Тема 8. Маркетинговые исследования и рекламная политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства	1. Особенности маркетинговых исследований в туризме и гостеприимстве. Новые цифровые решения. 2. «Агрегаторы» в сфере туризма. Плюсы и минусы каждого из способа продвижения. Для кого подходит модель работы с агрегаторами, а для кого – нет. Оценка эффективности такой работы. 3. Анализ внутренней и внешней среды предприятия. Анализ цен, загрузки отеля, дохода, каналов продвижения. 4. Концепции «4Р», «7Р», «9Р» в гостиничном маркетинге.	Устный опрос, решение тестовых заданий.

	5. Рекламные каналы для турфирм и гостиниц. 6. Социальный маркетинг как инструмент продвижения гостиниц. 7. Роль туристских выставочных мероприятий. Рекомендуемые источники: раздел 8: №11, №14, №17, №18, №19; раздел 9 №3, №5, №7, №25	
--	---	--

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

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Теоретические основы организации деятельности в индустрии туризма	1. Изучение организационно-правовых форм туристских предприятий. 2. Расчет начального капитала при открытии турагентства. 3. Формирование команды турфирмы. Критерии отбора. Составление анкеты собеседника. Управление конфликтами. 4. Изучение туристских терминов и аббревиатур. 5. Программный подход в туризме. Виды программ. 6. Государственное регулирование туристской деятельности. 7. Изучение информации и новостей на туристских порталах. 8. Изучение наполняемости сайтов крупных туроператоров. Нишевые туроператоры. 9. Исследование предложений по экскурсионным программам.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с Информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;
Тема 2. Формирование туристского продукта	1. Создание лендинг-страницы новой турфирмы, используя конструктор сайтов. 2. Самостоятельное формирование туристского маршрута по Москве. Определение целевой аудитории. 3. Расчет стоимости самостоятельно созданного туристского маршрута. 4. Обоснование экономической целесообразности овербукинга в гостиничном бизнесе с комплексом мер сглаживания негативных последствий. 5. Подбор туров в поисковиках туроператоров.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с Информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;
Тема 3. Формы взаимодействия туроператора с поставщиками	1. Аренда отеля, комитмент, элотмент как формы взаимодействия туроператора и отеля. Преимущества и недостатки этого взаимодействия. 2. Анализ состояния и развития отечественных	- работа с конспектом лекции; - работа с

услуг	авиакомпаний. 3. Перспективы развития железнодорожных туров 4. Особенности организации основных видов экскурсионного обслуживания.	электронной библиотечной системой; - работа с Информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;
Тема 4. Основы организации гостиничной деятельности	1. Исследование необычных отелей по дизайну, формам обслуживанию и прочим критериям. 2. Проблемы гостиниц в России. 3. Проблемы расширения отечественных гостиничных цепей. 4. Уход с рынка мировых гостиничных цепей и последствия этого факта 5. Проектирование системы управления качеством услуг в компании туризма и индустрии гостеприимства. 6. Примеры концептуального позиционирования объекта гостеприимства на основе уникальной комбинации внешних факторов площадки проекта. Фактор анимационной деятельности для курортных гостиниц. Технологии экскурсионного сервиса как дополнительные услуги.	- работа с конспектом лекции; работа с электронной библиотечной системой; - работа с Информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;
Тема 5. Современные тренды и тенденции организации гостиничной деятельности	1. Тренды развития гостиничной деятельности. 2. Негативные факторы влияния на гостиничную деятельность в настоящее время. 3. Опыт развития популярных мировых сетей. История их развития. 4. Специфика работы конгресс-отелей. 5. Экологическая сертификация отелей. 6. Присвоение категорий гостиницам в России. Порядок действий. 7. Процессы слияния и поглощения международных гостиничных сетей и их влияние на «линейку» гостиничных продуктов объединенных компаний и ее восприятие потребителями. Создание международных гостиничных конгломератов. 8. Развитие франчайзинга в гостиничном бизнесе.	- работа с конспектом лекции; работа с электронной библиотечной системой; - работа с Информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;
Тема 6. Современные тренды и тенденции организации туризма	1. Туризм в малых городах. 1. Необычные туры 2. Проблемы формирования и продвижения авторских туров. 3. Продвижение новых видов туризма в регионах России. 4. Расширение возможностей и роли социального предпринимательства в организации деятельности в	- работа с конспектом лекции; работа с электронной библиотечной системой; - работа с

	индустрии туризма и гостеприимства. Значение туристских и гостиничных продуктов как инструмента укрепления социального партнерства, взаимопонимания, просвещения, неформального обучения и образования, увеличения интереса к местной истории и краеведению, социализации и социальной реабилитации социально незащищенных граждан, людей с ограниченными возможностями, людей с ментальными особенностями.	Информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;
Тема 7. Имиджеология туристского бизнеса. Психологические аспекты работы с клиентами	1. Создание образа гостиничного предприятия. 2. Способы продвижения гостиниц. 3. Рекламная деятельность гостиниц. 4. Технологии продаж в гостиничной деятельности.	- работа с конспектом лекции; работа с электронной библиотечной системой; - работа с Информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;
Тема 8. Маркетинговые исследования и рекламная политика предприятий индустрии туризма и гостеприимства	1. Роль маркетинга при организации гостиничной деятельности. 2. SWOT-анализ гостиничной деятельности (на примере конкретных гостиниц). 3. Проблемы в управлении гостиничным комплексом 4. Конгрессно-выставочная деятельность: организационные моменты.	- работа с конспектом лекции; работа с электронной библиотечной системой; - работа с Информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета;

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Текущий контроль успеваемости осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения ими самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- дискуссионные формы: дискуссия, круглый стол;
- защита выполненного задания – проводится защита микрогруппой подготовленного самостоятельно экспертного заключения либо задания,

выполненных непосредственно на семинаре;

- выполнение контрольной работы.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Департамента.

Примерные вопросы для подготовки к контрольной работе

1. Современные тенденции развития индустрии туризма и гостеприимства.
2. Службы предприятий туризма и гостеприимства: цели, основные функции.
3. Службы предприятий туризма и гостеприимства: состав персонала.
4. Роль служб предприятий туризма и гостеприимства в цикле обслуживания гостей.
5. Роль планирования в структурных подразделениях предприятий туризма и гостеприимства.
6. Методика определения потребности служб предприятий туризма и гостеприимства в материальных ресурсах и персонале.
7. Функции управления службами предприятий туризма и гостеприимства.
8. Организация и технологии работы служб предприятий туризма и гостеприимства.
9. Функции управления предприятиями туризма и гостеприимства: понятие, виды, взаимосвязь. Особенности общих и специальных функций.
10. Этические нормы общения и особенности межкультурной коммуникации на предприятиях туризма и гостеприимства.
11. Национальные особенности туристов из разных стран мира.
12. Категории туристов (повторные гости, бизнесмены и командированные, семьи, VIP- гости, молодожены, студенты, учащиеся, спортсмены, гости с физическими и умственными ограничениями и др.).
13. Организация и координация деятельности персонала структурного подразделения предприятий туризма и гостеприимства.
14. Распределение задач на предприятиях туризма и гостеприимства. Сущность делегирования.
15. Содержание и виды полномочий и ответственности на предприятиях туризма и гостеприимства. Пределы полномочий.
16. Предоставление культурной, исторической и туристической информации о регионе.
17. Каналы и технологии продаж гостиничного и турпродукта.
18. Цели, задачи и принципы организации труда на предприятиях туризма и гостеприимства.
19. Формы и виды разделения труда в службах предприятий туризма и гостеприимства.
20. Сущность и виды нормирования труда на предприятиях туризма и

гостеприимства.

21. Мотивация труда на предприятиях туризма и гостеприимства. Понятие и назначение мотивации.

22. Критерии мотивации (потребности, мотивы, стимулы, вознаграждение) труда на предприятиях туризма и гостеприимства.

23. Взаимосвязь работы сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.

24. Лояльность персонала предприятий туризма и гостеприимства: понятие, виды, формирование

25. Факторы, влияющие на лояльность персонала предприятий туризма и гостеприимства.

26. Оценка и пути повышения лояльности персонала предприятий туризма и гостеприимства. Психология коллектива.

27. Контроль на предприятиях туризма и гостеприимства: сущность, назначение, виды, формы, этапы, объекты, субъекты и правила

28. Функция контроля в системе управления службами предприятий туризма и гостеприимства.

29. Документальное оформление итогов контроля. Критерии и методы оценки эффективности работы сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.

30. Критерии оценки каналов сбыта услуг предприятий туризма и гостеприимства.

31. Требования к составлению и оформлению деловых документов на предприятиях туризма и гостеприимства.

32. Классификация и структура организационно-распорядительных документов на предприятиях туризма и гостеприимства.

33. Нормативно-методическая база документационного обеспечения управления предприятий туризма и гостеприимства.

34. Документация служб предприятий туризма и гостеприимств.

35. Предоставление культурной, исторической и туристической информации о регионе.

36. Организационные документы предприятий туризма и гостеприимства.

37. Распорядительные документы предприятий туризма и гостеприимства.

38. Понятие и принципы организации документооборота на предприятиях туризма и гостеприимства.

39. Порядок ведения документации на предприятиях туризма и гостеприимства.

40. Документы по трудовым отношениям на предприятиях туризма и гостеприимства.

41. Деловая речь и ее грамматические особенности на предприятиях туризма и гостеприимства.

42. Процесс документооборота в службах предприятий туризма и гостеприимства.

43. Организация процедуры продажи турпродукта.

44. Виды информационно-справочных документов служб предприятий туризма и гостеприимства.
45. Классификация и структура организационно-распорядительных документов на предприятиях туризма и гостеприимства.
46. Документация служб предприятий туризма и гостеприимств.
47. Понятие и принципы организации документооборота на предприятиях туризма и гостеприимства.
48. Нормативно-методическая база документационного обеспечения управления предприятий туризма и гостеприимства.
49. Организация работы с документами на предприятиях туризма и гостеприимства.
50. Основные виды управленческих документов на предприятиях туризма и гостеприимства.
51. Порядок ведения документации на предприятиях туризма и гостеприимства.
52. Организация процедуры продажи турпродукта.
53. Понятие и виды формальностей в сфере туризма и гостеприимства.
54. Виды договоров, используемые в сфере туризма и гостеприимства.
55. История развития индустрии туризма и гостеприимства.
56. Общая характеристика Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
57. Законодательство в сфере туризма и гостеприимства.
58. Отдельные виды обязательств в туризме и гостиничной индустрии.
59. Порядок заключения, изменения и расторжения договора в сфере туризма и гостеприимства.
60. История развития транспорта в туризме и гостеприимстве.
61. Понятие: этика и мораль. Категории этики. Нормы морали.
62. Моральные принципы и нормы как основа эффективного общения.
63. Деловой этикет в профессиональной деятельности.
64. Взаимосвязь делового этикета и этики деловых отношений.
65. Запросы потребителей турпродукта и туристских услуг.
66. Классификация клиентов турфирмы.
67. Классификация потребителей гостиничных услуг.
68. Деловое общение. Этика и этикет в сфере туризма и гостеприимства.
69. Службы предприятий туризма и гостеприимства. Структура.
70. Службы предприятий туризма и гостеприимства. Персонал.
71. Терминология и понятийный аппарат в туризме и гостеприимстве.
72. История развития мирового и отечественного туризма.
73. Особенности развития российского рынка туризма и гостеприимства.
74. Особенности туристского потенциала туризма и гостеприимства России.
75. Особенности различных видов программного туризма.
76. Основные услуги в составе турпродукта.
77. Взаимосвязь делового этикета и этики деловых отношений.
78. Запросы потребителей турпродукта и туристских услуг.

79. Службы предприятий туризма и гостеприимства. Персонал.
80. Службы предприятий туризма и гостеприимства. Структура.
81. Взаимосвязь индустрии гостеприимства и туризма.
82. Туристские ресурсы Иркутской области.
83. Классификация потребителей гостиничных услуг.
84. Терминология и понятийный аппарат в туризме и гостеприимстве.
85. Структура индустрии туризма и гостеприимства.
86. Деловое общение. Этика и этикет в сфере туризма и гостеприимства.
87. Инновации в туризме. Избинг.
88. Инновации в туризме. Глемпинг.
89. Классификация потребителей туристских и гостиничных услуг.
90. Сервисная деятельность в индустрии туризма и гостеприимства.
91. Понятие обслуживания клиентов в сфере туризма.
92. Основные стандарты обслуживания клиентов туриндустрии.
93. Обслуживание клиентов в туриндустрии: правила и стандарты. Порядок действий.
94. Цели и задачи обслуживания клиентов в сфере туризма. Основные правила и нормы.
95. Деловое общение в индустрии туризма и гостеприимства. Этика и этикет.
96. Встреча, обслуживание и расчет клиентов, прощание в туриндустрии.
97. Организация и подготовка процесса обслуживания клиентов при расчете за предоставленные услуги в сфере туризма.
98. Стандарты обслуживания клиентов в туриндустрии.
99. Программа лояльности клиентов в сфере туризма.
100. Факторы влияющий на ценообразование в соответствующей службе предприятия туризма.
101. Рекламации, жалобы, претензии в сфере гостеприимства: алгоритм и правила работы.
102. Правила ведения диалогов между клиентами и сотрудниками предприятий туризма и гостеприимства во время расчетов.
103. Правила ведения диалогов между клиентами и сотрудниками предприятий туризма и гостеприимства во время предоставления информации.
104. Факторы влияющий на ценообразование в соответствующей службе предприятия гостеприимства.
105. Понятие обслуживания гостей в сфере гостеприимства.
106. Основные стандарты обслуживания гостей в гостиничной индустрии.
107. Обслуживание гостей в индустрии гостеприимства: правила и стандарты. Порядок действий.
108. Цели и задачи обслуживания гостей в сфере гостеприимства. Основные правила и нормы.
109. Деловое общение в индустрии туризма и гостеприимства. Этика и этикет.
110. Встреча, обслуживание и расчет гостей, прощание в индустрии гостеприимства.

111. Организация и подготовка процесса обслуживания гостей при расчете за предоставленные услуги в сфере гостеприимства.
112. Стандарты обслуживания гостей в индустрии гостеприимства.
113. Программа лояльности гостей в сфере гостеприимства.
114. Виды расчетов за оказанные услуги в сфере туризма и гостеприимства.
115. Компенсация за непредставленные услуги и возмещение убытков туристам.
116. Взаимосвязь индустрии гостеприимства и туризма.
117. Туристские ресурсы Иркутской области.
119. Сервисная деятельность в индустрии туризма и гостеприимства.
120. Структура рынка туристских услуг.

Примерный перечень вопросов для промежуточного тестирования

1. Временный посетитель местности, находящийся в данной местности в целях туризма менее, чем 24 часа, и без ночевки:
 - а) Экспедитор.
 - б) Гид.
 - в) Турагент.
 - г) Турист.
 - д) Экскурсант.
2. К какой из сфер индустрии относятся гостиницы:
 - а) Размещения.
 - б) Развлечения.
 - в) Питания.
 - г) Торговли.
 - д) Перевозок.
3. Юридическое или физическое лицо, выполняющее работы по созданию туристского продукта, его продвижению на рынок, а также реализации – это:
 - а) Турист.
 - б) Туроператор.
 - в) Государство.
 - г) Экскурсант.
 - д) Турагент.
4. Что из ниже перечисленного является дополнительной туристской услугой:
 - а) Финансовые услуги.
 - б) Банковские услуги.
 - в) Бронирование.
 - г) Страхование.
 - д) Фотоуслуги.
5. Из каких составляющих состоит туристский продукт:
 - а) Туристских услуг и товаров.
 - б) Туристских ресурсов и услуг туроператоров.

- в) Бронирование, перевозка, размещение, питание.
 - г) Туристских услуг, работ и товаров.
6. Материальные предметы потребления, сувенирная и иная продукция, необходимая туристу в процессе потребления туристских услуг в целях туризма – это:
- а) Туристские товары.
 - б) Товары долговременного пользования.
 - в) Товары повседневного спроса.
 - г) Туристский продукт.
 - д) Шоппинг.
7. Совокупность гостиниц, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения представляет собой:
- а) Туристскую индустрию.
 - б) Туристское обслуживание.
 - в) Туристское размещение.
 - г) Туризма объекты.
 - д) Туристские организации.
8. Упорядоченная целенаправленная совокупность туристских услуг, работ и товаров достаточная для удовлетворения потребностей туриста – это:
- а) Туристский объект.
 - б) Тур.
 - в) Туристский продукт.
 - г) Туристский ресурс.
 - д) Туристская путевка.
9. Туристская услуга, предполагающая активные способы передвижения или перемещения по туристскому маршруту – это:
- а) Поход.
 - б) Экскурсия.
 - в) Тренировка.
 - г) Спорт.
 - д) Шоппинг.
10. Коренным словом для термина «туризм» стало французское слово «тур», которое в переводе означает:
- а) Прогулка, поездка.
 - б) Прогулка, гулянка.
 - в) Поездка, тур.
 - г) Поездка, путешествие.
 - д) Тренировка, спорт.
11. Природно-климатические, исторические и социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, способные удовлетворить потребности туристов называются:
- а) Туристскими объектами.
 - б) Природным наследием.
 - в) Экскурсионные объекты.
 - г) Природными ресурсами.

д) Туристскими ресурсами.

12. Что из ниже перечисленного не является характерной чертой (результатом) туризма:

- а) Туризм укрепляет взаимоотношения между странами.
- б) Туризм снижает социальную напряженность в стране.
- в) Туризм способствует взаимообмену культурными ценностями.
- г) Туризм является высокодоходной отраслью экономики.
- д) Туризм способствует повышению занятости населения.

13. Перечислите основных участников индустрии туризма:

- а) Туроператоры, турагенты, гиды, транспорт, средства размещения
- б) Турагенты, гиды, экспедиторы.
- в) Туристы и туроператоры.
- г) Потребители, организаторы туризма, государство.
- д) Потребители туризма и его производители.

14. Потребителем туристского продукта (услуг, работ и товаров), временно пребывающим (не менее 24 часов и не более года) в местности, отличной от места своего постоянного проживания, является:

- а) Туроператор.
- б) Гид.
- в) Турагент.
- г) Турист.
- д) Экспедитор.

15. Временный посетитель местности, находящийся в данной местности в целях туризма менее, чем 24 часа, и без ночевки:

- а) Экспедитор.
- б) Гид.
- в) Турагент.
- г) Турист.
- д) Экскурсант.

16. Юридическое или физическое лицо, выполняющее работы по разработке, формированию и комплектации туристского продукта, его продвижению на рынок, а также реализации – это:

- а) Турист.
- б) Туроператор.
- в) Государство.
- г) Экскурсант.
- д) Гид.

17. Из каких составляющих состоит туристский продукт:

- а) Туристских услуг и товаров.
- б) Туристских ресурсов и услуг туроператоров.
- в) Бронирование, перевозка, размещение, питание.
- г) Туристских услуг, работ и товаров.
- д) Тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги, товары.

18. Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков – это:

- а) Тур.
- б) Туристская виза.
- в) Экскурсия.
- г) Шоппинг.
- д) Таймшер.

19. Совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста – это:

- а) Туристский ресурс.
- б) Туристская услуга.
- в) Размещение.
- г) Туристский продукт.
- д) Экскурсия.

20. Услуги банковской и финансовой сферы, системы связи, проката автомашин, страхования, охраны, фотоуслуги и т. п. относятся к категории:

- а) Туристских услуг.
- б) Туристских товаров.
- в) Размещения.
- г) Атракции.
- д) Туристских работ.

21. Комплекс положительных эмоций, душевного и физического состояния туриста, возникший или достигнутый им в результате потребления туристских услуг (работ), приобретения туристских товаров, потребления туристского продукта – это:

- а) Туристский интерес.
- б) Туристский эффект.
- в) Туристское впечатление.
- г) Туристское ожидание.
- д) Туристский мотив.

22. Особо охраняемая территория, создаваемая для защиты ценных природных территорий национального или международного значения в целях науки, просвещения, отдыха – это:

- а) Природный парк.
- б) Национальный парк.
- в) Заповедник.
- г) Заказник.
- д) Заповедное урочище.

23. Совокупность гостиниц, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения представляет собой:

- а) Туристскую индустрию.
- б) Туристское обслуживание.
- в) Туристское размещение.
- г) Туризма объекты.
- д) Туристские организации.

24. Предприятие или физическое лицо, осуществляющее функции

розничной продажи единичных туристских услуг и туров потребителю (туристу) – это:

- а) Гид.
- б) Экспедитор.
- в) Турагент.
- г) Экскурсовод.
- д) Туроператор.

25. Первичная единица туристского продукта, реализуемая клиенту как единое целое, продукт труда туроператора на определенный маршрут и в конкретные сроки – это:

- а) Туристская путевка.
- б) Тур пакет.
- в) Туристская экскурсия.
- г) Тур.

26. Что из перечисленного не является основной туристской услугой:

- а) Бронирование.
- б) Фотоуслуги.
- в) Размещение.
- г) Перевозка.
- д) Питание.

27. Природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил называются:

- а) Туристскими объектами.
- б) Природным наследием.
- в) Экскурсионные объекты.
- г) Природными ресурсами.
- д) Туристскими ресурсами.

28. Какую категорию туристских мотивов составляет рельеф местности, растительность, климат:

- а) Оздоровительные мотивы.
- б) Культурные мотивы.
- в) Природно-климатические.
- г) Психологические.
- д) Экономические.

29. Перечислите составляющие индустрии туризма:

а) Турорганизаторы, индустрия перевозок, размещения, питания, аттракций, дополнительных услуг.

б) Турорганизаторы, государство.

в) Туристы и индустрия гостеприимства.

г) Экскурсионное, обслуживание, финансовые организации, страхование, торговля туристскими товарами.

д) Транспортные организации, гостиницы, рестораны.

30. Предприятия, предоставляющие туристам сопутствующие услуги

(салоны красоты, фитнес-центры, прачечные, химчистка, фотосалоны и т. п.), – это:

- а) Индустрия размещения.
- б) Индустрия питания.
- в) Индустрия аттракций.
- г) Индустрия перевозок.
- д) Индустрия дополнительных услуг.

Для оценки успеваемости студентов используется балльно-рейтинговая система оценки результатов текущего контроля и промежуточной аттестации студентов на основе принятой в Финансовом университете 100-балльной шкалы.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса при обсуждении вопросов по темам семинарского или практического занятия, а также по результатам выполнения самостоятельных работ в форме докладов.

Распределение баллов при оценке результатов отдельных видов учебной работы студентов осуществляется следующим образом:

№ п/п	Вид учебной работы	Удельный вес данного вида учебной работы	Максимальное количество баллов
1.	Аудиторная работа	40 %	16
1.1	Присутствие на лекции	10 %	4
1.2	Работа на практических занятиях, в т.ч.	30 %	12
	- присутствие и активная работа в аудитории (участие в обсуждении)	10 %	4
	- самостоятельное решение задачи	20 %	8
2.	Самостоятельная работа, в т.ч.	60 %	24
2.1	- подготовка к практическим занятиям (к обсуждению)	10 %	4
2.2	- подготовка текста доклада на семинаре	30 %	12
2.3	- подготовка презентации доклада	20 %	8
	Итого:	100 %	40

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/экзамена

Критерии оценки знаний студентов на зачете/экзамене

Результаты освоения студентом знаний, умений и компетенций, предусмотренных рабочей программой дисциплины, оцениваются максимальной суммой в 100 баллов, которая состоит из следующих компонентов:

- результаты итогов текущего контроля успеваемости (максимально - 40 баллов);
- итоговая сумма баллов, полученная студентом на экзамене (максимально - 60 баллов).

Итоговая оценка знаний студентов по изучаемой дисциплине в баллах конвертируется в оценку по пятибалльной шкале в соответствии со следующими критериями:

Требования к результатам освоения дисциплины	Оценка или	Баллы
--	------------	-------

	зачет	(рейтинговая оценка)
Глубокое усвоение программного материала, логически стройное его изложение, умение связать теорию с практикой, свободное решение задач и обоснование принятого решения, выполнение текущей работы в семестре.	<i>отлично</i>	<i>86-100</i>
Твердые знания программного материала, грамотное и по существу его изложение, допустимы не существенные неточности в ответе на вопрос, правильное применение теоретических положений при решении практических вопросов и задач, выполнение текущей работы в семестре.	<i>хорошо</i>	<i>70-85</i>
Знание только основного материала, допустимы неточности в ответе на вопрос, недостаточно правильные формулировки, нарушение логической последовательности в изложении программного материала, затруднения при решении практических задач, выполнение текущей работы в семестре.	<i>удовлет.</i>	<i>51-69</i>
Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на вопросы экзаменационного билета, невыполнение практических заданий.	<i>неудовлет</i>	<i>0-50</i>
Знание не только основного, но и более углубленного программного материала, грамотное его изложение, допустимы не существенные неточности в ответе и при решении практических задач, выполнение текущей работы в семестре.	<i>зачтено</i>	<i>51-100</i>
Незнание значительной части программного материала, неумение даже с помощью преподавателя сформулировать правильные ответы на вопросы, невыполнение практических заданий.	<i>не зачтено</i>	<i>0-50</i>

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

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе «2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

Таблица 5

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
УК-1 Способность к	1.Использует знания	Знать: аспекты	Задание 1 По данным статистики,

восприятию межкультурного разнообразия общества, в социально-историческом, этическом и философских контекстах, анализу и мировоззренческой оценке происходящих процессов и закономерностей	закономерностях развития природы, межкультурного разнообразия общества для формирования мировоззренческой оценки происходящих процессов. 2. Использует навыки философского мышления и логики для формулировки аргументированных суждений и умозаключений в профессиональной	проблемно ориентированного ситуаций в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства; подходов и методик логического анализа при решении задач и написании отчетов в рамках организации деятельности в туризме и гостеприимстве Уметь: выявлять ключевые факторы и компоненты в рамках проблемных ситуаций в организации деятельности в туризме и гостеприимстве; использовать инструменты логического анализа при решении задач и написании отчетов в рамках организации деятельности в туризме и гостеприимстве Знать: цели и задачи управления в туризме и гостеприимстве. Уметь: обосновывать цели и задачи при организации	периодической печати и других средств информации проанализировать характерные тенденции рынка труда в индустрии туризма и гостеприимства. Задание 2 Проведите анализ предложения на рынке индустрии туризма и гостеприимства г. Москвы, используя справочно-информационные базы и сайты предприятий. Задание 1 Проанализируйте данные определения понятия «индустрия туризма». Дайте свое определение, обоснуйте его.
---	---	---	--

	деятельности.	деятельности в туризме и гостеприимстве.	- Индустрия туризма – это специфическая отрасль национальной экономики, которая представляет совокупность организаций и предприятий национальной экономики, единой функциональной задачей которых является деятельность, направленная на удовлетворение разнообразных и постоянно растущих потребностей людей в различных видах отдыха, связанных с временным пребыванием вне обычной среды проживания. - Туристская индустрия – отрасль экономики непроизводственной сферы, совокупность предприятий, учреждений и организаций, которые удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах, обеспечивают производство и потребление туристского продукта. - Туристская индустрия – это диверсифицированный межотраслевой комплекс, состоящий из гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов развлечения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность и других объектов, связанных с удовлетворением туристских потребностей. - Туристская индустрия – это взаимосвязанная система предприятий и предпринимателей,
--	---------------	--	---

			предоставляющих туристам все необходимые для потребления в процессе туризма туристские услуги, работы и товары. Задание 2 Дайте анализ определения туристской индустрии, представленного в последней редакции Федерального закона «об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В чем его функциональное назначение? В чем его плюсы и минусы? «Туристская индустрия – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников». Задание 1 Одни авторы полагают, что услуги туроператоров и турагентов не включаются в индустрию туризма, тогда как другие ставят их на первое место. Каково ваше мнение? Приведите
	3. Работает с различными массивами информации для выявления закономерностей функционирования человека, природы и общества в социально-историческом и этическом контекстах.	Знать: критерии и условия выбора в рамках ситуаций организации деятельности в туризме и гостеприимстве, подходов и методик осмысления выбора апостериори в рамках ситуаций организации деятельности в туризме и гостеприимстве Уметь: структурировано оценивать альтернативы при организации деятельности в туризме и гостеприимстве, оценивать последствия и цепочки	

		последствий принятых решений при организации деятельности в туризме и гостеприимстве.	аргументы в пользу своей точки зрения. Связано ли с решением данного вопроса мнение о том, что туристская индустрия является отдельной отраслью экономики? Задание 2 Проанализируйте компоненты структуры туристской индустрии: - организаторы туризма – туристские предприятия по разработке, продвижению и реализации туристского продукта (туроператоры и турагенты); - предприятия, предоставляющие услуги по размещению (гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, дома отдыха и т.д.); - предприятия питания (рестораны, кафе, бары и др.); - транспортные предприятия (авто- и авиационные предприятия, железнодорожные ведомства, предприятия морского и речного транспорта и др.); - экскурсионное бюро; - производственные туристские предприятия (производство туристских сувениров, гостиничной мебели, туристского снаряжения); - предприятия торговли (магазины по реализации туристского снаряжения и сувениров); - предприятия сферы досуга и развлечений (тематические парки, киноконцертные залы, клубы по интересам, залы игровых автоматов и др.); - учреждения самодеятельного туризма
--	--	--	--

			(туристские, альпинистские, велосипедные клубы); - органы управления туризмом (государственные учреждения, общественные туристские организации); - учебные, научные и проектные учреждения.
ПКН-1 Способность принимать и применять технологические новации и современное программное обеспечение при решении профессиональных задач в туристской индустрии	1. Использует современные технологии в процессе разработки продуктов и услуг, туристских маршрутов, направлений и программ развития туризма и гостеприимства, обслуживания клиентов, включая электронную коммерцию.	Знать: современные технологии и программные продукты, используемые при организации деятельности в туризме и гостеприимстве. Уметь: предлагать использование наиболее релевантных технологий для организации туристской деятельности.	Задание 1. Объем реализации услуг предприятия индустрии туризма и гостеприимства в отчетном году составил 9546 тыс. руб. и снизился по сравнению с предыдущим годом на 848 тыс. руб. Рассчитайте показатели эффективности использования основных фондов, если их среднегодовая стоимость в отчетном году составила 4829 тыс. руб. и увеличилась на 155,7 тыс. руб. по сравнению с предыдущим годом, а среднесписочная численность работников составила 57 и 63 человека соответственно. Задание 2. Рассчитайте средний размер скидки номеров категории «Люкс» за март при условии, что 10 номеров/дней было продано по акции «Семейные ценности» — скидка 20%, 9 номеров/дней было продано по туристским бонусам «Voyage+» — скидка 10% и 4 номера/дня было продано по прейскурантной стоимости 6000 руб. Задание 3. Текущее положение турфирмы характеризуется следующими данными: доля рынка - 12%; объем

			продаж (количество туристов) - 5000; объем реализации услуг (тыс. руб.) - 21000; издержки на единицу (руб.) — 3950 Для увеличения доли фирмы на рынке до 15% необходимы дополнительные маркетинговые затраты в размере 1100 тыс. руб. Определите, имеет ли смысл осваивать маркетинговые затраты для достижения новой доли рынка. Задание 1. Изучить экскурсионные программы на сайте любого туроператора. Каков ценовой диапазон на самые дешевые туры на 2 чел. в разные сезоны? Какие объекты показа включают экскурсионные программы. Задание 2. Туристами был приобретен турпродукт следующего состава: внутренние и международные авиаперелеты, морской круиз, наземная экскурсионная программа, оформление виз. За 3 дня до начала туров у туристов заболел ребенок, причем лечащий врач дал заключение о невозможности авиаперелета и госпитализировал ребенка. При заключении договора на реализацию турпродукта туристы приобрели страховку от невыезда. Имеет ли право турист в данной ситуации на возврат своих расходов по оплате
	2.Применяет комплекс экскурсионных технологий, включая методическое обеспечение, разработку, тестирование, проведение и оценку эффективности экскурсионных мероприятий.	Знать: взаимосвязи экскурсионной деятельности с другими видами туристской и гостиничной деятельности. Уметь: использовать технологии экскурсионной деятельности при организации туристской деятельности и оценивать релевантность и эффективность экскурсионных мероприятий.	

	3. Демонстрирует знания технологической документации экономических, финансовых, маркетинговых служб туристских организаций.	Знать: технологическую документацию служб туристских организаций в целях организации туристской и гостиничной деятельности. Уметь: предлагать релевантные форматы технологической документации для организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства.	туристского продукта? Задание 1. Определите место различных туристских услуг в Общероссийском классификаторе видов экономической деятельности, продукции и услуг (утв. Постановлением Госстандарта России от 06.08.1993 № 17) ОК 004-93. Дайте анализ места в классификаторе следующих разделов, имеющих отношение к туристской индустрии. Раздел «Н». «Услуги гостиниц и ресторанов» 500000. Услуги гостиниц и ресторанов 5510000. Услуги гостиниц и ресторанов и аналогичных мест проживания. 5510010. Услуги гостиниц. 5510020. Услуги moteley. 5510090. Услуги прочих мест проживания. 5510091. Услуги детских и студенческих лагерей на время каникул. 5510092. Услуги оздоровительных центров и домов отдыха. 5510093. Услуги по сдаче в аренду меблированных мест проживания. 5510094. Услуги молодежных центров и горных приютов. 5510095. Услуги кемпингов и стоянок для передвижных дач. 5510096. Услуги спальных вагонов и предоставление спальных мест в прочих транспортных средствах. 5510099. Услуги по предоставлению мест проживания прочие, не включенные в другие
--	--	---	---

		группировки. 5520000. Услуги ресторанов, баров, столовых. 5520010. Услуги общественного питания. 5520011. Услуги по обеспечению питанием с полным ресторанным обслуживанием. 5520012. Услуги по обеспечению питанием в заведениях самообслуживания. 5520013. Услуги по обеспечению питанием, приготовленным в другом месте. Раздел «I». «Услуги транспорта, складского хозяйства и связи». 6011010. Перевозки пассажирские. 6011011. Перевозки пассажирские дальние. 6021000. Перевозки пассажиров автомобильным транспортом по расписанию 6021030. Перевозки междугородные по расписанию 6021040. Перевозки международные по расписанию. 6022020. Услуги по сдаче в аренду легковых автомобилей с водителями. 6110000. Услуги морского транспорта. 6110010. Перевозки пассажирские. 6110012. Перевозки круизные. 6120000. Услуги внутреннего водного транспорта. 6120012. Перевозки пассажирские на туристских линиях. 6120013. Перевозки
--	--	---

		пассажирские на экскурсионно-прогулочных линиях. 6210000. Услуги воздушного транспорта, подчиняющегося расписанию 6210010. Перевозки пассажиров воздушным транспортом регулярные. 6220000. Услуги воздушного транспорта, не подчиняющегося расписанию. 6220010. Перевозки пассажиров воздушным транспортом нерегулярные. 6330000. Услуги транспортно- экспедиционных агентств. 6350000. Услуги бюро путешествий и туристских агентств; услуги по оказанию помощи туристам, не включенные в другие группировки. 6350010. Услуги бюро путешествий и туристских агентств. 6350020. Услуги экскурсионных бюро. 8514010. Санаторно- курортные и оздоровительные услуги. 8514020. Лечение и обслуживание в профилакториях. 8514030. Лечение и обслуживание в специализированных детских санаториях и лагерях. 8514040. Сопутствующие санаторно-курортные услуги. Задание 2. На основании изучения ГОСТ 32612-2014 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования».
--	--	--

			ответить, какую информацию: 1) должны обязательно предоставить туристу в офисе туроператора или турагента. 2) должна содержать реклама туристского продукта/услуги, размещенная на Интернет-сайте.
ПКН-2 Способность осуществлять основные функции управления туристской деятельностью, находить решения задач в условиях реально функционирующих туристских предприятий	1.Обосновывает выбор управленческих решений с учетом факторов риска в условиях неопределенности. 2.Использует эффективные методы управления бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства.	Знать: основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли. Уметь: выделять существенные факторы риска при принятия управленческих решений в индустрии туризма и гостеприимства. Знать: методологии выделения бизнес-процессов и управления ими в сфере туризма и гостеприимства.	Задание 1. На примере России, нескольких экономически развитых стран и нескольких крупных экономически развивающихся государств сопоставьте среднегодовые темпы экономического роста со среднегодовыми темпами роста индустрии туризма и гостеприимства за последние двадцать лет. Какие выводы можно сделать по результатам сопоставления? Подтверждают ли они общетеоретические и общемировые закономерности. Задание 2. В чем состоит специфика размещения и организации питания в зарубежных экологических, этнических и этнографических, культурных турах? Каковы форматы сотрудничества и коммуникации с местным населением? Какие аспекты необходимо учесть в первую очередь? Задание 1. Определите суммы оплаты труда администратора гостиницы к начислению и к получению за март при условии, что им отработано 10 смен, продолжительность

		Уметь: выбирать эффективные методы выстраивания и оптимизации бизнес-процессов в индустрии туризма и гостеприимства.	каждой смены 12 часов. Условия оплаты: повременно-премиальная оплата, оклад, согласно штатному расписанию, составляет 20000 руб., доплата за стаж работы дальневосточный коэффициент и надбавка. Общий премиальный фонд гостиницы за месяц составляет 400 000 руб., из которого на долю администратора (личный вклад в результаты гостиницы) приходится 10%. Рассчитайте общие затраты на оплату труда администратора с учетом оплаты страховых взносов. Задание 2. Расскажите о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения в Российской Федерации.
	3.Принимает тактические управленческие решения в процессе координации и контроля деятельности функциональных подразделений организации туристской индустрии.	Знать: подходы к координации и контролю деятельности подразделений предприятий сферы туризма и гостеприимства. Уметь: эффективно координировать и контролировать функциональные области деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства.	Задание 1 Поясните основные причины из области культурных восприятий и менталитета, которые сдерживают развитие кемпингов, караванинга и автотуризма в целом в России. Опыт каких стран в развитии кемпингов было бы особенно полезным учитывать в России? Аренда или покупка автодома: каковы рациональные и иррациональные аргументы за каждый из обоих вариантов? Задание 2 Каковы основные принципы и практики устойчивого развития туризма с точки зрения туристского и

			гостиничного бизнеса? Какие международные примеры и практики по обеспечению устойчивого развития туризма (устойчивого туризма, ответственного туризма) могут быть наиболее востребованными в России?
ПКН-3 Способность обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, разрабатывать стандарты и управлять качеством	1. Демонстрирует знания отечественных и зарубежных практик управления качеством в сфере туризма и гостеприимства.	Знать: особенности управления качеством в туризме и гостеприимстве, а также лучшие подходы и практики в отдельных подотраслях. Уметь: предлагать наиболее релевантные подходы к управлению и обеспечению качества услуг в туризме и гостеприимстве.	Задание 1. Задание: Подготовить виртуальный вебинар ориентированный на потребителя. Страны: Греция, Испания, Норвегия, Италия, Швеция, Австрия, Португалия, о. Тенерифе, Доминикана, Кипр, Тунис, Мальдивы, Марокко, Китай, Крым, Анапа, Шира, Карелия, Атай, Мексика, Куба, Сочи, Калининград, Финляндия Требования к работе: работа должна быть оформлена в виде презентации, количество слайдов 12-15, продолжительность рассказа 5-7 мин. В работе должны отражены: сведения о курорте, как можно добраться до страны, благоприятное время для поездки, характерный вид туризма для данной страны, рекомендуемые объекты размещения, что можно посмотреть, валюта, чем знаменита данная страна. Задание 2 Туристская фирма специализируется на реализации услуг въездного туризма. Предприятие находится на общей системе налогообложения. Как изменится

			рентабельность продаж услуг туристской фирмы, если средняя цена за одну путевку возрастет на 10%, число проданных путевок снизится до 200 единиц, себестоимость останется неизменной? Исходные данные: количество реализованных путевок в предшествующем периоде 230 ед., средняя цена одной путевки 12 500 руб., полная себестоимость тура 8800 руб.
	2. Обосновывает выбор стратегических инструментов повышения качества услуг.	Знать: инструменты и стратегии повышения качества услуг в туризме и гостеприимстве. Уметь: предлагать наиболее целесообразные инструменты и стратегии повышения качества услуг при организации деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства.	Задание 1. Провести анализ содержания электронных каталогов на сайте 4-х туроператоров. Выявить недостающую информацию. Задание 2 Проведите анализ гостиничных предприятий, расположенных в Московской области: г. Мытищи, г. Коломна, г. Серпухов по следующим направлениям: общая характеристика, номерной фонд, перечень услуг. Какие технологии продвижения гостиничного продукта используют вышеописанные организации? Каковы перспективные направления продвижения гостиничного продукта в каждой гостинице?
	3. Разрабатывает рекомендации по внедрению системы стандартов качества в индустрию гостеприимства.	Знание составляющие и принципы системы стандартов качества в индустрии гостеприимства	Задание 1. Подробно охарактеризуйте все этапы технологического цикла (guest cycle) гостиничного предприятия по выбору. Сформулируйте систему рекомендаций (4-5

		Умение разрабатывать предложения по внедрению системы стандартов качества при организации и совершенствовании деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства.	пунктов) по улучшению уровня качества обслуживания в данной гостинице. Задание 2 Дайте общую характеристику гостиницы «Азимут отель Переславль». Проведите анализ среднего количества гостей, проживающих в одном номере. Как изменяется количество в динамике по годам? Влияет ли сезонность на количество гостей, проживающих в одном номере. Сделайте выводы.
--	--	--	--

Примерный перечень тем для подготовки к экзамену

1. Структура туристского рынка. Виды туризма.
2. Современное состояние и развитие туризма в современных условиях.
3. Федеральные (региональные) программы и проекты по развитию туризма. Национальный проект по развитию туризма и гостеприимства.
4. Стратегия развития туризма в РФ.
5. Целесообразность и основные принципы кластерного подхода и кластерных инициатив в организации туристской деятельности.
6. Правовые условия осуществления туроператорской деятельности.
7. Особенности туроперейтинга во внутреннем, въездном и выездном туризме. Инициативный и рецептивный туроперейтинг.
8. Монопрофильные и многопрофильные туроператоры. Классификация туроператоров по видам деятельности, по размерам, регионам деятельности и экономическим функциям.
9. Формирование турпродукта, востребованного рынком.
10. Основные принципы и особенности формирования регионального турпродукта.
11. Страхование в туризме.
12. Методика расчета тура.
13. Документальное оформление тура.
14. Динамическое и классическое пакетирование, бронирование на мета-поисковиках и ОТА.
15. Использование B2B-платформ поставщиков (авиакомпаний, отелей, ресторанов) для формирования туристских предложений.
16. Формы взаимодействия туроператора со средствами размещения.
17. Взаимоотношения и схемы взаимодействия туроператоров с авиакомпаниями. Агентское соглашение с авиакомпанией. Регулярные и чартерные авиаперевозки.

18. Взаимодействие туроператора с автотранспортными предприятиями.
19. Формы взаимодействия туроператора и железных дорог. Особенности взаимодействия с круизными компаниями.
20. Деятельность РЖД-тур: география поездок, турпродукты, сегменты, условия сотрудничества с туротраслью.
21. Формы взаимодействия туроператора с предприятиями питания.
22. Схемы сотрудничества туроператора с экскурсионными компаниями. Особенности организации основных видов экскурсионного обслуживания.
23. Технологическая цепочка взаимодействия гостиничных служб при оказании услуги размещения.
24. Основные этапы разработки гостиничного продукта. Жизненный цикл продукта, характеристика циклов.
25. Проектирование системы управления качеством услуг в компании туризма и индустрии гостеприимства.
26. Методики оценки соответствия гостиниц и других средств размещения критериям классификации.
27. Предоставление дополнительных и персональных услуг гостиниц по организации питания, транспортного и экскурсионного обслуживания.
28. Услуги питания как составляющая гостиничного продукта и фактор создания конкурентных преимуществ.
29. Особенности дополнительных услуг в рамках оздоровительной, развлекательной и спортивной инфраструктуры средства размещения.
30. Примеры концептуального позиционирования объекта гостеприимства на основе уникальной комбинации внешних факторов площадки проекта.
31. Особенности и каналы продажи гостиничного продукта. Продажа услуг через национальные и международные системы бронирования.
32. Организация системы управления взаимоотношениями с клиентами гостиничных предприятий и оценка ее эффективности.
33. «Зеленые» технологии в гостиничном бизнесе. «Экологичность гостиничных услуг».
34. Проектная деятельность в разработке гостиничного продукта, соответствующего запросам потребителей.
35. Особенности обслуживания иностранных граждан в сфере гостиничного сервиса. Особенности организации обслуживания различных категорий туристов в разных категориях гостиниц.
36. Специфика внедрения национально- и культурно-ориентированных программ гостеприимства: Чайна-френдли, Халяль, других программ.
37. Специфика работы конгресс-отелей. эксклюзивная и дизайнерская конструкция бутик-отелей.
38. Проблемы развития хостелов и иных бюджетных средств размещения.
39. Деятельность и проекты международных консалтинговых компаний в сфере туризма и гостеприимства в России. Примеры проектов в области управления качеством гостиничных продуктов и стратегического маркетинга туристских и гостиничных предприятий, реализованных PKF International

Tourism and Hospitality Experts Consulting.

40. Лучшие практики выхода на новые международные рынки крупнейших гостиничных сетей. Стратегии проникновения международных гостиничных операторов на российский рынок.

41. Процессы слияния и поглощения международных гостиничных сетей и их влияние на «линейку» гостиничных продуктов объединенных компаний и ее восприятие потребителями. Создание международных гостиничных конгломератов.

42. Развитие франчайзинга. Опыт становления франчайзинговых отношений среди гостиничных управленцев.

43. Тренды и тенденции развития туризма. Статистика и информационное обеспечение туризма.

44. Цифровизация туротрасли: B2C, B2B, B2G.

45. CRM-системы в туризме. Их интеграция с другими цифровыми решениями.

46. Особенности организации индивидуальных и авторских туров. Волонтерский туризм.

47. Экологическая сертификация средств размещения. Экосистемность в туризме как синергия планирования и финансирования для стабильного развития отрасли.

48. Формирование региональных бизнес-моделей развития туризма в современных условиях

49. Основные функции менеджмента в индустрии впечатлений. Основные положения экономики впечатлений.

50. Занятость местного населения как фактор повышения аутентичности туристских продуктов.

51. Особенности и проблемы организации туристской и гостиничной деятельности в малых городах и моногородах России.

52. Расширение возможностей и роли социального предпринимательства в организации деятельности в индустрии туризма и гостеприимства.

53. Аспекты анализа текущей и перспективной емкости рынков туристских и гостиничных продуктов туризма для людей старшего (третьего) возраста на примере России.

54. Особенности формирования и организации круизных маршрутов.

55. Создание образа гостиничного предприятия, ее роль в мероприятиях маркетинга и продаж. Особенности формирования гостиничного продукта в малом гостиничном бизнесе. Важность фирменного стиля гостиницы и имиджевой составляющей.

56. Психологические аспекты работы с клиентами. Мотивация туристского спроса. Психология туристских потребностей.

57. Формирование клиентской базы. Программы лояльности для клиентов в гостиничном секторе.

58. «Агрегаторы» в сфере туризма. Плюсы и минусы каждого из способа продвижения.

59. Маркетинговая макросреда и микросреда в индустрии туризма и

гостеприимства. Их анализ.

60. Рекламные каналы для турфирм и гостиниц:

61. Особенности разработки стиля, содержания, структуры и элементов навигации сайта турфирмы и гостиницы. Аспекты мобильного интерфейса сайтов турфирм и гостиниц.

62. Виды выставочных мероприятий в туризме, их цели и задачи с точки зрения продвижения туристских и гостиничных продуктов.

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в посл. ред. ФЗ)

2. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. № 1860 “Об утверждении Положения о классификации гостиниц»

3. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 года N 1852 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»

4. Постановление Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. N 1853 г. Москва "Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации"

5. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года /Утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года №2129-р

6. Федеральный закон от 28.06.2014 №172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»

Основная литература

7. Актуальные проблемы развития туристской индустрии: учебное пособие /под ред. А.Д. Чудновского. — Москва: КноРус, 2021. — 440 с. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/941555> - Текст: электронный.

8. Быстров С.А. Организация гостиничного дела: учебное пособие/ С.А. Быстров. - Москва: Издательство "ФОРУМ", 2021. - 432 с. — ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1429042> - Текст: электронный.

9. Гостиничный менеджмент: учебник / Е.А. Дедусенко, Э.В. Тарасенко, Е.Л. Ильина, А.И. Кошелева: под ред. Л.А. Попова, Э.В.Тарасенко. — Москва: КноРус, 2022. — 250 с. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/941732> - Текст: электронный.

10. Муртузалиева, Т.В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма: учебно-практическое пособие / Т.В. Муртузалиева, Т.П. Розанова, Э.В. Тарасенко. - Москва: Дашков и К, 2021. - 166 с. - ЭБС ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091138> - Текст: электронный.

Дополнительная литература

11. Боголюбов В.С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для вузов / В.С. Боголюбов. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва: Юрайт, 2019. - 293 с. - Текст: непосредственный. – То же. – 2021. – ЭБС Юрайт. – URL: <https://urait.ru/bcode/471240> - Текст: электронный.

12. Маркетинг территорий: учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 262 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489122> - Текст: электронный.

13. Скобкин, С. С. Экономика предприятия в индустрии гостеприимства и туризма: учебник и практикум для вузов / С.С. Скобкин. - Москва: Юрайт, 2021. - 373 с. — ЭБС Юрайт. - URL: <https://urait.ru/bcode/472710> - Текст: электронный.

14. Скобкин, С. С. Маркетинг и продажи в гостиничном бизнесе: учебник для вузов / С. С. Скобкин. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 197 с. — ЭБС Юрайт. — URL: <https://urait.ru/bcode/472712>. - Текст: электронный.

15. Трансформация туристской деятельности в условиях развития цифровой экономики: монография / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, В.А. Жуков [и др.] — Москва: Русайнс, 2021. — 187 с. — ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/940324>. — Текст: электронный.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

Интернет-ресурсы

1. Административно-управленческий портал: менеджмент и маркетинг в бизнесе. Большая электронная библиотека - <http://www.aup.ru> -

2. Онлайн-журнал о жизни и туризме <https://www.tourdom.ru/hotline/>

3. Туристический портал: новости туризма <https://www.tourprom.ru/>

4. Глобальный этический кодекс туризма-
<http://www.kadis.ru/texts/index.phtml?id=40197>

5. Официальный сайт Федерального агентства по туризму
<https://www.russiatourism.ru/>

6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат) – www.gks.ru

7. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ
www.economy.gov.ru

8. Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
<http://hotelexecutive.ru>

9. Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
<http://www.hospitality.ru>

10. Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
<http://www.frontdesk.ru>
11. Портал о развитии туризма <http://www.hotelline.ru>
12. Портал о новостях в туризме <https://www.trn-news.ru/>
13. Портал о развитии гостиничного бизнеса в России
<http://www.stroimhotel.ru>
14. Сайт о деятельности и ассоциированных проектах Международного центра ответственного туризма (Российская Федерация и СНГ) <https://icrt-russia.ru>
15. Сайт Ассоциации малых туристских городов www.amtg-rus.ru
16. Сайт Международной ассоциации отелей и ресторанов -
<http://www.ihra.com>
17. Сайт Международной ассоциации ресторанов -
<http://www.restaurant.org>
18. The Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) –
<http://www.atlas-euro.org>
19. European Travel Commission –<http://www.etc-corporate.org>
20. CECTA- Central European Countries Travel Association –
<http://www.cecta.org>
21. WATA- World Association of Travel Agencies –<http://www.wata.net>
22. Интернет-страница всемирной туристической организации
<http://www.unwto.org>
23. Интернет-страница Российского союза туриндустрии
<http://www.rostourunion.ru>
24. Интернет-страница Всемирного банка <http://www.worldbank.com>
25. Электронные ресурсы БИК:
 - Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ)
<http://elib.fa.ru/>
 - Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
 - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
 - Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
 - Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»
<https://urait.ru/>
 - Электронно-библиотечная система издательства Проспект
<http://ebs.prospekt.org/books>
 - Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
 - Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»
<https://grebennikon.ru/>
 - Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
 - Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
 - Финансовая справочная система «Финансовый директор»
<http://www.1fd.ru/>
 - Academic Reference <http://ar.cnki.net/ACADREF>

- Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>

- Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>

- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>

- Информационно-аналитическая база данных EMIS Global <https://www.emis.com/php/companies/overview/index>

- Oxford Scholarship Online <https://oxford.universitypressscholarship.com/>

- Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>

- Scopus <https://www.scopus.com>

- Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>

- База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>

- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>

- Annual Reviews

- Cambridge University Press

- The Institute of Physics (IOP) Publishing

- Nature

- Oxford University Press

- Royal Society of Chemistry

- SAGE Publications

- Science

- Taylor & Francis Group

26. Сайт Всемирной туристской организации (World Tourism Organization) <http://www.world-tourism.org>

Справочно-правовые системы

1. Справочно-правовые базы данных «КонсультантПлюс», «Гарант»

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания для обучающихся по дисциплине разработаны и размещены на образовательном портале.

Студентам необходимо:

1. Ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины «Организация деятельности в индустрии туризма и гостеприимства», с целями и задачами дисциплины. РПД, а также все методические разработки по данной дисциплине имеются на образовательном портале.

2. Ознакомиться с графиком консультаций преподавателей.

Методические рекомендации по подготовке докладов.

Одной из форм самостоятельной работы студента является подготовка

докладов, для обсуждения их на семинарском занятии.

Цель доклада - развитие у студентов навыков аналитической работы с научной литературой, анализа дискуссионных научных позиций, аргументации собственных взглядов. Подготовка научных докладов также развивает творческий потенциал студентов.

Темы докладов определяются преподавателем и распределяются между студентами с учетом их интересов. Доклад готовится под руководством преподавателя, который ведет практические (семинарские) занятия.

Рекомендации студенту:

- перед началом работы по написанию доклада с преподавателем согласовывается структура доклада, выделяются вопросы, на которые следует обратить особое внимание (при подготовке доклада по применению нормативных документов, регламентирующих отдельные вопросы реализации кризис- диагностики), по проблемным и дискуссионным теоретическим вопросам согласовать литературу, на основе которой будут выстраиваться основные положения доклада, а также обсудить ключевые вопросы, которые следует раскрыть в докладе;

выступить на семинарском занятии с 10-15 минутной презентацией своего доклада, ответить на вопросы студентов группы.

Требования:

- к оформлению доклада в форме презентации. На титульном листе указывается наименование учебного заведения, название кафедры, наименование дисциплины, тема доклада, ФИО студента;

- к структуре доклада - оглавление, введение (указывается актуальность, цель и задачи), основная часть, выводы автора, список литературы (не менее 5 позиций). Объем согласовывается с преподавателем. В конце работы ставится дата ее выполнения и подпись студента, выполнившего работу.

Общая оценка за доклад учитывает содержание доклада, его презентацию, а также ответы на вопросы.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Выполнение практических заданий направлено на оценку качества усвоения студентами дисциплины, владения навыками системного анализа и решения практических заданий. При подготовке к выполнению работы студент должен изучить рекомендуемые нормативные правовые акты и учебную литературу, а также повторить ключевые положения и определения по изученным вопросам учебной дисциплины.

В ходе выполнения работы студенты должны проявить знания основных вопросов по темам учебной дисциплины, а также умения решать типовые задачи, формулировать четкие и содержательные ответы на вопросы, проводить сравнительную оценку. Сравнительно-аналитическая групповая работа предполагает письменные ответы на вопросы и представление результатов исследования в формате презентаций.

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

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

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:

- 1) Антивирусная защита Kaspersky Endpoint Security для бизнеса
- 2) LibreOffice

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные системы

1. Информационно - правовая система «Гарант»
2. Информационно - правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
4. Комплексная система раскрытия информации «ЭКРАН»
<http://www.skrin.ru/>
5. Бесплатная среда разработки программного обеспечения с открытым исходным кодом для языка программирования R «RStudio»;
6. Программный комплекс для статистического анализа «Statistica»;
7. Пакет прикладного программного обеспечения для эконометрического моделирования «Gretl»;
8. Среда моделирования «MatLab».

11.3 Сертифицированные программные средства защиты информации

Не предусмотрено.

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

Образовательный процесс в Смоленском филиале Финуниверситета (Смоленск, пр-т Гагарина, 22) обеспечивается помещениями, которые представляют собой аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарских (практических) занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы обучающихся.

Аудитории лекционного типа укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием и техническими средствами обучения для предоставления учебной информации большой аудитории, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения, предназначенные для проведения семинарских (практических) занятий, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, интерактивной доской, мультимедийными установками, ноутбуками. Компьютерные классы, предназначенные для практических занятий, оборудованы современными персональными

компьютерами, объединенными в локальную сеть, имеющими выход в Интернет, и комплектами лицензионного программного обеспечения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены специализированной мебелью и компьютерной техникой, объединенной в локальную сеть, с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Материально-техническая база, которой располагает Смоленский филиал Финуниверситета, обеспечивает проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом, и соответствует требованиям и нормам противопожарной безопасности.

Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие помещения.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Стол (преподавательский) - 1 шт.

Стул преподавательский – 1 шт.

Парта ученическая двухместная - 26 шт.

Кафедра - 1 шт.

Доска меловая - 1 шт.

Технические средства обучения:

Мультимедиа-проектор – 1 шт.

Экран настенный – 1 шт.

Моноблок преподавателя - 1 шт.

Моноблоки студенческие – 12 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

1) Антивирусная защита Kaspersky Endpoint Security для бизнеса

2) LibreOffice

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа к электронной информационно-образовательной среде Финуниверситета.

Помещение для самостоятельной работы

Читальный зал

Специализированная мебель:

Стол студенческий двухместный - 28 шт.

Стол компьютерный – 10 шт.

Стулья студенческие – 56 шт.

Стулья компьютерные – 10 шт.

Кафедра - 1 шт.

Технические средства обучения:

Мультимедиа-проектор - 1 шт.
Экран с электроприводом - 1 шт.
Монитор – 1 шт.
Системный блок – 1 шт.
Компьютеры студенческие - 10 шт.

Перечень лицензионного программного обеспечения:

- 1) Антивирусная защита Kaspersky Endpoint Security для бизнеса
- 2) LibreOffice

Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Финансового университета.