

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

Новороссийский филиал
Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала
**Б.Н. Сейфиева**
«29» января 2026 г.

Рынок международного и национального туризм

Рабочая программа дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
43.03.02 «Туризм»
ОП «Туристический и гостиничный бизнес»

*Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала
Финуниверситета
протокол № 32 от 29.01.2026 г.*

Новороссийск 2026

Рабочая программа дисциплины « Рынок международного и национального туризма» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» Профиль «Туристический и гостиничный бизнес». Форма обучения заочная. – Новороссийск: Финансовый университет, кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки», 2026. - 27 с.

Рабочая программа учебной дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, программу, тематику практических и семинарских занятий и указания по их проведению, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

1. Наименование дисциплины: Рынок международного и национального туризма

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП

В совокупности с другими дисциплинами профессионального цикла дисциплина «Рынок международного и национального туризма» обеспечивает инструментарий формирования профессиональных компетенций профиля и общекультурных компетенций.

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПKN-4	Способность осуществлять исследование туристского рынка, анализировать, систематизировать, интерпретировать и оценивать информацию, организовывать продажи и продвижение туристского продукта с использованием знаний маркетинга и статистики	1. Организует и проводит маркетинговые исследования рынка услуг гостеприимства 2. Использует методы оценки сегментов туристского рынка с целью выявления приоритетных направлений, применения PR-технологий и методов брендинга территорий 3. Систематизирует данные анализа для разработки эффективных решений в соответствии с технологиями туристской индустрии и целевыми установками организации	Знать: - мировой опыт проведения маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; - концептуальные основы социально-экономических исследований в туристской индустрии; - методологию оценки сегментов туристского рынка; - мировой опыт проведения социально-экономических исследований при разработке эффективных решений Уметь: - проводить мониторинг и оценку деятельности на рынке услуг гостеприимства - навыками получения и первичной обработки информации, анализа, систематизации и обобщения информации для выявления приоритетных направлений, применения PR-технологий и методов брендинга территорий; - осуществлять выбор исследовательского инструментария (методик, техник, процедур) для разработки эффективных решений;
ПKN-6	Способность применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности,	1. Применяет нормы российского законодательства в деятельности туристских и гостиничных организаций. 2. Использует знания российского и международного права в работе с туроператорами, авиакомпаниями,	Знать: - о структуре законодательной власти, основных законах и нормативных актах, регулирующих сферу туризма и гостиничного бизнеса; - особенности заключения договоров оказания туристических услуг, бронирования жилья, ответственности туроператора

	анализировать, систематизировать, интерпретировать и оценивать изменения нормативной базы развития сферы туризма и гостеприимства	транспортными предприятиями, визовыми центрами. 3.Анализирует и оценивает эффективность существующей нормативно-правовой базы в сфере туризма и гостеприимства, определяет перспективы ее совершенствования.	перед потребителем; - правила регистрации туристической фирмы, получение лицензии на оказание определенных видов услуг, соблюдение санитарных норм и требований пожарной безопасности; - международные конвенции и соглашения, влияющие на туризм и транспортировку туристов, миграционные законы, визовые режимы стран мира. Уметь: - использовать положения закон о защите прав потребителей применительно к услугам туристического характера, правила возврата денежных средств, возмещение ущерба, защита потребителя от недобросовестных действий турагентов и операторов; - своевременно отслеживать и понимать изменения в действующем законодательстве, вносить необходимые поправки в корпоративные процедуры и политику организации; - вести переговоры и разрешать правовые споры мирным путем либо посредством обращения в суд.
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	Знать: - различия в менталитете, ценностных ориентациях, поведении представителей разных этнических групп; - этические нормы и ценности различных обществ и эпох; - культурные различия в восприятии морали и нравственности; - концепции толерантности, уважения и принятия иного образа жизни и поведения. Уметь: - формировать собственное мировоззрение на основе анализа социокультурных явлений; - пользоваться методами оценки культурной совместимости и конфликтов; - использовать инструменты кросс-культурной коммуникации.

		общества в социально-историческом и этическом контекстах.	
УК-10	Способность осуществлять поиск, критически анализировать, обобщать и систематизировать информацию, использовать системный подход для решения поставленных задач	1. Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации. 2. Обосновывает сущность происходящего, выявляет закономерности, понимает природу variability. 3. Формулирует признак классификации, выделяет соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных.	Знать: - разнообразные методы поиска информации: библиотеки, электронные базы данных, Интернет-ресурсы, специализированные издания; - как формировать четкий запрос на поиск необходимой информации; Уметь: - критически оценивать качество найденных ресурсов (авторитетность автора, актуальность материала); - выделять главное среди большого объема информации; - оценивать достоверность полученной профессиональной информации; - обнаруживать скрытые закономерности и связи между фактами и проводить сравнительный анализ разных точек зрения и подходов.

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рынок международного и национального туризма» является обязательной дисциплиной общепрофессионального цикла основной образовательной программы (ООП) по направлению 43.03.02 «Туризм».

Международный туризм выступает одним из перспективных направлений развития международных экономических отношений, а в условиях трансформации экономики РФ повышение эффективности функционирования этой области приобретает особую актуальность, принимая во внимание ее влияние на прибыльность и развитие разных сфер общественного производства, решение широкого спектра социально-экономических проблем страны. Все это определяет актуальность исследования международного туристского бизнеса, как специфического и уникального социально-экономического явления.

Дисциплина предполагает формирование у студентов теоретических знаний по основным составляющим международного туристского бизнеса и направлениям его развития для дальнейшего их использования в прохождении преддипломной практики и написании выпускной квалификационной работы.

2. Объем дисциплины и зачетных единиц и академических часов с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессии)

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з.е. и часах)	5 семестр (в з.е. и часах)	6 семестр (в з.е. и часах)
----------------------------------	---------------------------	-------------------------------	-------------------------------

Общая трудоемкость дисциплины	6 з.е. 216 ч.	3 з.е. 108	3 з.е. 108
Аудиторные занятия	24	12	12
<i>Лекции</i>	8	4	4
<i>Семинары</i>	16	8	8
Самостоятельная работа	192	96	6
Вид текущего контроля	Проектная работа	Проектная работа	
Вид промежуточной аттестации	Зачет, экзамен	Зачет	Экзамен

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

5.1. Содержание тем дисциплины

Тема 1. Рынок международного туризма: состояние и тенденции развития

Международный туризм и его значение в международной экономике. Международный туристский рынок в качестве мощного фактора социально-экономического развития страны. Статистическое и сущностное определение туризма и туриста. Системный подход к определению международного туризма. Категории и виды международного туризма. Факторы развития международного туризма. Классификация и характеристика видов международного туризма по различным критериям.

Тема 2. Мировой и региональные рынки международного туризма

Характеристика Европейского региона как главного участника мирового туристского рынка. Факторы, способствующие развитию туризма в Европе. Традиционные страны-лидеры в регионе и появление новых туристских дестинаций. Азиатско-Тихоокеанский регион как наиболее динамично развивающийся туристский регион мира. Основные статистические показатели международного туризма стран-лидеров АТР. Особенности развития международного туризма в Американском регионе. Туризм на Ближнем Востоке и влияние государственной поддержки на его развитие. Тенденция возрастания туристских потоков на Африканском континенте. Страны Африки с развитым туристским сектором.

Тема 3. Факторы, влияющие на развитие международного туризма и информационно-аналитическое моделирование туристических процессов.

Роль статичных и динамичных факторов в системе международного туризма. Взаимосвязь туристской активности с политической и финансово-экономической обстановкой в стране. Изменения в демографической структуре и социальном положении населения, оказывающие влияние на сферу туризма. Технологии, обслуживающие туристскую отрасль. Современное состояние материально-технической базы туризма. Внешние и внутренние факторы развития туризма. Количественные (экстенсивные) и качественные (интенсивные) изменения туристской индустрии.

Тема 4. Международное регулирование туристской деятельности.

Международные туристские организации и их вклад в развитие туризма. Международные акты, регулирующие туристскую деятельность. Основные программные документы о правах и обязанностях туристов: Хартия туризма и Кодекс туриста. Принципы развития туризма, провозглашенные Гаагской декларацией по туризму, и их реализация в практике туристской деятельности. Всемирный кодекс этики в туризме как основа формирования отношений в туристской сфере. Концепция устойчивого развития туризма и ее значение для современной индустрии туризма.

Тема 5. Оценка современного состояния развития международного туризма.

Статистика мировых туристских потоков и доходов. Характеристика состояния развития туризма по регионам мира. Сравнительный анализ статистических показателей международного туризма по странам мира. Страны с наиболее высокими туристскими

потоками и доходами. Формирование на рынке международного туризма новых направлений международных путешествий.

Тема 6. Международный туристский продукт

Туристское предложение на международном туристическом рынке. Туристский продукт: понятие, особенности, жизненный цикл. Факторы производства туристского продукта: природные, культурно-исторические, людские, капитальные ресурсы. Закономерности и особенности функционирования туристского рынка. Объективные варианты выбора туристского продукта региона. Рекламные лозунги. Тенденции в развитии туристского предложения, дифференциация туристских услуг. Конкуренция и конкурентные стратегии туристических предприятий на современном рынке международного туризма. Особенности туристского предложения, точки зрения фирмы. Издержки производства и туристского предложения. Особенности предложения по секторам туристского предложения. Равновесие на туристском рынке.

Тема 7. Статистика международного туризма.

История становления статистики международного туризма. Статистика туристских потоков. Важнейшие показатели туристских потоков. Туристские макрорегионы, выделяемые ВТО. Региональное распределение международных туристских потоков, их динамика. Статистика расходов. Состав и учет туристских расходов. Рекомендации ВТО по группировке туристских расходов. Факторы, влияющие на величину и структуру расходов. Статистика доходов от международного туризма. Динамика поступлений от международного туризма и их региональное распределение. Методы статистического учета в туризме. Организация специальных наблюдений в туризме.

Тема 8. Деятельность международных туристских организаций. Международные (ВТО, IATA, ICAO), региональные (ОСЭР, РАТА) и национальные туристские организации. Туризм как фактор регионального развития. Туризм как фактор развития отсталых и депрессивных районов.

Современные процессы транснационализации и глобализации в туризме. Сущность ТНК и формы функционирования в туристской индустрии. ТНК в гостиничном хозяйстве (гостиничные цепи). Понятие франчайзинг. Роль ТНК в индустрии питания. Значение ТНК в транспортном секторе. Влияние ТНК на национальную экономику принимающих стран. Влияние ТНК на экономику страны базирования. Стратегические альянсы.

Тема 9. Анализ рынка международного туризма

Потребители туристских услуг. Специализированные рынки. Агенты по продвижению туристских услуг. Поставщики туристских услуг. Особенности ценообразования в туристской отрасли. Спрос и предложение на международном рынке. Формирование и оценка спроса. Основные факторы ценообразования на туристские услуги. Структура цены на туристский продукт. Общие подходы к ценовому разделению рынка. Ценовая политика на рынке туристских услуг.

Тема 10. Туристская индустрия в международном туризме. Стандартная международная классификация видов деятельности в сфере туризма (СИКТА). Понятие туристской индустрии в разработке ВТО. Транспортные перевозки. Место железнодорожных, автомобильных и авиаперевозок в международном туризме. Развитие транспорта на современном этапе. Либерализация авиаперевозок. Развитие центрально-радиальной системы маршрутов. Средства размещения в международном туризме. Стандартная международная классификация средств размещения. Коллективные и индивидуальные средства размещения. Классический таймшер. Современное состояние гостиничной базы мира. Туристская индустрия питания. Типы предприятий питания. Сектор развлечений и его место в туристской индустрии. Тематические парки в мировой индустрии развлечений.

Тема 11. Роль туроператора на рынке международного туризма.

Роль и значение туроператора на международном туристском рынке. Основные виды деятельности туроператоров. Виды туроператорской деятельности. Задачи турагентов. Поставщики услуг. Прямые и косвенные каналы сбыта. Преимущества и ограничения прямых

каналов сбыта. Турагент - косвенный канал сбыта. Главные его функции - информационная и сбытовая. Туроператор - генератор массового организованного туризма. Мировые туроператоры. Турист как потребитель товаров, работ, услуг. Рынок туристских услуг, сегменты рынка, структура туристских услуг, их состав. Тур и туристский маршрут. Понятие и состав программы обслуживания. Разновидности туров, их потребительские свойства. Понятие турпакета. Условия создания качественного сервиса на туристском предприятии. Система контроля за качеством сервиса на туристском предприятии.

Тема 12. Сотрудничество туроператоров с зарубежными партнерами.

Схемы сотрудничества оператора с иностранным партнером. Разовые заявки. Смысл туристического кредита. Работа на условиях квотирования. Услуги, оказываемые meet-компаниями. Контроль качества обслуживания и способы его регулирования. Права и обязанности сторон. Виды взаиморасчетов.

Взаимоотношения с предприятиями гостиничной индустрии. Объекты размещения. Характеристика объектов размещения за рубежом. Классификация и категоричность средств размещения с учётом специфики той или иной страны. Региональные особенности развития и функционирования объектов размещения. Формы сотрудничества. Разовые заявки, комитмент, элотмент, безотзывное бронирование, повышенная комиссия, приоритетное бронирование. Аренда гостиничного предприятия, апартаментов, других средств размещения. Взаимоотношения с предприятиями индустрии питания. Организация питания туристов за рубежом. Различия организационных форм питания (полупансион, полный пансион, «всё включено» и др.) в условиях прибрежных, городских и других форм размещения.

Тема 12. Сотрудничество туроператоров и международных перевозчиков

Транспортные компании. Формы сотрудничества туроператора с авиакомпаниями. Регулярные и чартерные перевозки, фрахт воздушного судна. Выписка и реализация авиабилетов. Железнодорожная перевозка в составе тура за рубеж. Комбинированные маршруты: ж/д + авиа, ж/д + авто, ж/д+водный транспорт. Фрахтование ж/д вагонов. Предоставление услуг во фрахтуемых вагонах. Услуги автотранспортных хозяйств. Аренда автотранспортного средства. Речные и морские перевозки. Формы работы с круизными компаниями. Фрахтовка судна. Права и обязанности сторон.

Тема 13. Международное сотрудничество в области туризма.

Цели и задачи сотрудничества в области туризма. Двустороннее сотрудничество. Многостороннее сотрудничество. Основные международные туристические организации и документы. ВТО и ее роль в международном регулировании туризма. Определение региона. Государственные контакты и коммерческие контакты. Параметры выбора международных контактов (выставки, ярмарки, конгрессы). Средства связи - телевидение, интернет. Участие в международных выставках и ярмарках. Реклама и рекламные материалы. Социальные сети и способы использования сетей для установления международных связей и рекламы.

Тема 14. Новые тенденции в развитии рынка международного туризма

Международные рейтинги. Влияние глобализации на рынок международного туризма. Транснационализация как современная тенденция на современном рынке международного туризма. Транснациональные корпорации в туризме и их характерные черты. Тенденции в развитии туристского предложения, дифференциация туристских услуг. Динамика туристских потоков, влияние экономических кризисов на разные сектора туристского рынка. Туризм как фактор регионального развития. Мультипликативное влияние туризма в экономике региона. Международных туристских прибытий, прогнозируемые изменения. Конкуренция и конкурентные стратегии туристических предприятий на современном рынке международного туризма, последние тенденции в международном туризме: Барометр международного туризма ЮНВТО.

Тема 15. Защита прав и интересов туристов в зарубежных поездках и обеспечение безопасности международных путешествий.

Зарубежный опыт по защите прав туристов при оказании туристских услуг. Использование франкфуртской таблицы по снижению цен за туристские поездки.

Специализированные службы поддержки туристов за границей. Основные причины возникновения конфликтов между туристскими предприятиями и потребителем. Порядок предъявления претензий и ответственности сторон.

Меры по организации безопасности международных туров. Подготовка туристов к поездкам в районы с неблагоприятной санитарно-эпидемиологической обстановкой. Организация страхового обслуживания туристов. Оказание медицинской помощи туристам за рубежом. Оформление виз российским гражданам, выезжающим за рубеж. Особенности приема иностранных туристов на территории России. Соблюдение туристами правил ввоза и вывоза товаров и валюты.

Тема 16. Продвижение российского турпродукта на международный туристский рынок: возможности и реальность.

Международный туризм в России. Организация международного туризма в России. Факторы, определяющие развитие и перспективы международного туризма. Оценка развития международного туризма. Опыт по продвижению национального турпродукта в странах с развитой туристской индустрией. Анализ государственной политики в области продвижения российского турпродукта. Методы продвижения турпродукта, применяемые в России. Комплексный подход к управлению продвижением российского турпродукта на международный рынок

5.2. Учебно-тематический план

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа			Самост. работа	
			Общая	Лекции	Семинары		
1	Рынок международного туризма: состояние и тенденции развития	14	2	2	-	12	Тестирование
2	Мировой и региональные рынки международного туризма	14	2	-	2	12	Беседа. Дискуссии
3	Факторы, влияющие на развитие международного туризма и информационно-аналитическое моделирование туристических процессов.	14	2	2	-	12	Опрос. Ситуационные и практические задачи
4	Международное регулирование туристской деятельности.	14	2	-	2	12	Опрос. Ситуационные и практические задачи
5	Оценка современного состояния развития международного туризма.	12	-	-	-	12	Тестирование.
6	Международный туристский продукт	12	-	-	-	12	Опрос. Ситуационные и практические задачи

7	Статистика международного туризма	14	2	-	2	12	Тестирование
8	Деятельность международных туристских организаций.	12	-	-	-	12	Опрос. Ситуационные и практические задачи
9	Анализ рынка международного туризма	14	2	-	2	12	Опрос.
10	Туристская индустрия в международном туризме.	14	2	2	-	12	Тестирование.
11	Роль туроператора на рынке международного туризма.	14	2	-	2	12	Опрос. Ситуационные и практические задачи
12	Сотрудничество туроператоров и международных перевозчиков	12	-	-	-	12	Опрос. Ситуационные и практические задачи
13	Международное сотрудничество в области туризма.	14	2	2	-	12	Опрос. Ситуационные и практические задачи
14	Новые тенденции в развитии рынка международного туризма	12	-	-	-	12	Тестирование.
15	Защита прав и интересов туристов в зарубежных поездках и обеспечение безопасности международных путешествий.	12	-	-	-	12	Опрос. Ситуационные и практические задачи
16	Продвижение российского турпродукта на международный туристский рынок: возможности и реальность.	14	2	-	2	12	Тестирование
	Итого	216	24	8	16	192	

5.3.Содержание практических и семинарских занятий

№ темы дисц.	Наименование темы дисциплины	Тематика практических и/или семинарских занятий	Технологии проведения
1	Рынок международного туризма: состояние и тенденции развития	Международный туризм и его значение в международной экономике. Международный туристский рынок в качестве мощного фактора социально экономического развития страны. Статистическое и сущностное определение туризма и туриста. Системный подход к определению международного туризма. Категории и виды международного туризма. Факторы развития международного туризма. Классификация и характеристика видов международного туризма по различным критериям.	Тестирование
2	Мировой и региональные рынки международного туризма	Характеристика Европейского региона как главного участника мирового туристского рынка. Факторы, способствующие развитию туризма в Европе. Традиционные страны-лидеры в регионе и появление новых туристских дестинаций. Азиатско- Тихоокеанский регион как наиболее динамично развивающийся туристский регион мира. Основные статистические показатели международного туризма стран- лидеров АТР. Особенности развития международного туризма в Американском регионе. Туризм на Ближнем Востоке и влияние государственной поддержки на его развитие. Тенденция возрастания туристских потоков на Африканском континенте. Страны Африки с развитым туристским сектором.	Беседа. Дискуссии
3	Факторы, влияющие на развитие международного туризма и информационно-аналитическое моделирование туристических процессов.	Роль статичных и динамичных факторов в системе международного туризма. Взаимосвязь туристской активности с политической и финансово-экономической обстановкой в стране. Изменения в демографической структуре и социальном положении населения, оказывающие влияние на сферу туризма. Технологии, обслуживающие туристскую отрасль. Современное состояние материально-технической базы туризма.	Опрос. Ситуационные и практические задачи
4	Международное регулирование туристской деятельности.	Международные туристские организации и их вклад в развитие туризма. Международные акты, регулирующие туристскую деятельность. Основные программные документы о правах и обязанностях туристов: Хартия туризма и Кодекс туриста. Принципы развития туризма, Провозглашенные Гаагской декларацией по туризму, и их реализация в практике туристской деятельности. Концепция устойчивого развития туризма и ее значение для современной индустрии туризма.	Опрос. Ситуационные и практические задачи

5	Оценка современного состояния развития международного туризма.	Статистика мировых туристских потоков и доходов. Характеристика состояния развития туризма по регионам мира. Страны с наиболее высокими туристскими потоками и доходами. Формирование на рынке международного туризма новых направлений международных путешествий	Тестирование.
6	Международный туристский продукт	Туристское предложение на международном туристическом рынке. Туристский продукт: понятие, особенности, жизненный цикл. Факторы производства туристского продукта: природные, культурно-исторические, людские, капитальные ресурсы. Закономерности и особенности функционирования туристского рынка. Тенденции в развитии туристского предложения, дифференциация туристских услуг. Конкуренция и конкурентные стратегии туристических предприятий на современном рынке международного туризма. Особенности туристского предложения, точки зрения фирмы. Издержки производства и туристского предложения. Особенности предложения по секторам туристского предложения. Равновесие на туристском рынке.	Опрос. Ситуационные и практические задачи
7	Статистика международного туризма	История становления статистики международного туризма. Статистика туристских потоков. Важнейшие показатели туристских потоков. Туристские макрорегионы, выделяемые ВТО. Региональное распределение международных туристских потоков, их динамика. Статистика расходов. Факторы, влияющие на величину и структуру расходов. Статистика доходов от международного туризма. Динамика поступлений от международного туризма и их региональное распределение. Методы статистического учета в туризме. Организация специальных наблюдений в туризме.	Тестирование
8	Деятельность международных туристских организаций.	Международные (ВТО, IATA, ICAO), региональные (ОСЭР, РАТА) и национальные туристские организации. Современные процессы транснационализации и глобализации в туризме. Сущность ТНК и формы функционирования в туристской индустрии. ТНК в гостиничном хозяйстве (гостиничные цепи). Понятие франчайзинг. Роль ТНК в индустрии питания. Значение ТНК в транспортном секторе. Влияние ТНК на национальную экономику принимающих стран. Влияние ТНК на экономику страны базирования. Стратегические альянсы.	Опрос. Ситуационные и практические задачи

9	Анализ рынка международного туризма	Потребители туристских услуг. Специализированные рынки. Особенности ценообразования в туристской отрасли. Спрос и предложение на международном рынке. Формирование и оценка спроса. Основные факторы ценообразования на туристские услуги. Структура цены на туристский продукт. Общие подходы к ценовому разделению рынка. Ценовая политика на рынке туристских услуг.	Опрос.
10	Туристская индустрия в международном туризме.	Стандартная международная классификация видов деятельности в сфере туризма (СИКТА). Понятие туристской индустрии в разработке ВТО. Транспортные перевозки. Место железнодорожных, автомобильных и авиаперевозок в международном туризме. Развитие транспорта на современном этапе. Либерализация авиаперевозок. Развитие центрально-радиальной системы маршрутов. Средства размещения в международном туризме. Стандартная международная классификация средств размещения. Коллективные и индивидуальные средства размещения. Классический таймшер.	Тестирование.
11	Роль туроператора на рынке международного туризма.	Схемы сотрудничества оператора с иностранным партнером. Разовые заявки. Смысл туристического кредита. Работа на условиях квотирования. Услуги, оказываемые meet-компаниями. Контроль качества обслуживания и способы его регулирования. Права и обязанности сторон. Виды взаиморасчетов. Взаимоотношения с предприятиями гостиничной индустрии. Объекты размещения. Характеристика объектов размещения за рубежом. Классификация и категоричность средств размещения с учётом специфики той или иной страны. Региональные особенности развития и функционирования объектов размещения. Формы сотрудничества. Разовые заявки, комитмент, элотмент, безотзывное бронирование, повышенная комиссия, приоритетное бронирование. Взаимоотношения с предприятиями индустрии питания. Организация питания туристов за рубежом.	Опрос. Ситуационные и практические задачи
12	Сотрудничество туроператоров и международных перевозчиков	Транспортные компании. Формы сотрудничества туроператора с авиакомпаниями. Регулярные и чартерные перевозки, фрахт воздушного судна. Выписка и реализация авиабилетов. Железнодорожная перевозка в составе тура за рубежом. Комбинированные маршруты: ж/д+авиа, ж/д+авто, ж/д+водный транспорт. Фрахтование ж/д вагонов. Предоставление услуг во фрахтуемых вагонах. Услуги автотранспортных хозяйств.	Опрос. Ситуационные и практические задачи

13	Международное сотрудничество в области туризма.	Цели и задачи сотрудничества в области туризма. Двустороннее сотрудничество. Многостороннее сотрудничество. Основные международные туристические организации и документы. ВТО и ее роль в международном Регулировании туризма. Определение региона. Государственные контакты и коммерческие контакты. Параметры выбора международных контактов (выставки, ярмарки, конгрессы). Средства связи - телевидение, интернет.	Опрос. Ситуационные и практические задачи
14	Новые тенденции в развитии рынка международного туризма	Международные рейтинги. Влияние глобализации на рынок международного туризма Транснационализация как современная тенденция на современном рынке международного туризма. Транснациональные корпорации в туризме и их характерные черты. Тенденции в развитии туристского предложения, дифференциация туристских услуг. Динамика туристских потоков, влияние экономических кризисов на разные сектора туристского рынка. Туризм как фактор регионального развития Мультипликативное влияние туризма в экономике региона международных туристских прибытий, прогнозируемые изменения.	Тестирование.
15	Защита прав и интересов туристов в зарубежных поездках и обеспечение безопасности международных путешествий.	Зарубежный опыт по защите прав туристов при оказании туристских услуг. Использование франкфуртской таблицы по снижению цен за туристские поездки. Специализированные службы поддержки туристов за границей. Основные причины возникновения конфликтов между туристскими предприятиями и потребителем. Меры по организации безопасности международных туров. Подготовка туристов к поездкам в районы с неблагоприятной санитарно-эпидемиологической обстановкой. Организация страхового обслуживания туристов. Оказание медицинской помощи туристам за рубежом. Оформление виз российским гражданам, выезжающим за рубеж. Особенности приема иностранных туристов на территории России.	Опрос. Ситуационные и практические задачи
16	Продвижение российского турпродукта на международный туристский рынок: возможности и реальность.	Оценка развития международного туризма. Опыт по продвижению национального турпродукта в странах с развитой туристской индустрией. Анализ государственной политики в области продвижения российского турпродукта. Методы продвижения турпродукта, применяемые в России. Комплексный подход к управлению продвижением российского турпродукта на международный рынок	Тестирование

6. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование разделов, входящих в дисциплину	Форма внеаудиторной самостоятельной работы	Указание тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимся
Рынок международного туризма: состояние и тенденции развития	Работа с учебно-методической и справочной литературой для ответов на семинарских занятиях.	Факторы развития международного туризма.
Мировой и региональные рынки международного туризма	Работа с учебной и справочной литературой, использование Интернет-ресурсов для подготовки докладов по рекомендованной статье или предложенным темам.	Основные статистические показатели международного туризма стран-лидеров АТР.
Факторы, влияющие на развитие международного туризма и информационно-аналитическое моделирование туристических процессов.	Работа с учебной и справочной литературой для подготовки к групповым дискуссиям, работе в группах или в парах	Внешние и внутренние факторы развития туризма. Количественные (экстенсивные) и качественные (интенсивные) изменения туристической индустрии.
Международное регулирование туристской деятельности.	Работа с учебной и справочной литературой, использование Интернет-ресурсов для подготовки докладов по рекомендованной статье или предложенным темам. Кейс	Всемирный кодекс этики в туризме как основа формирования отношений в туристской сфере.
Оценка современного состояния развития международного туризма.	Работа на выставке. Изучение сайта выставки, обзор СМИ, представленных на выставке, изучение интервью, пресс-релизов, новостей по данному событию	Сравнительный анализ статистических показателей международного туризма по странам мира.
Международный туристский продукт	Подготовка к мозговому штурму	Объективные варианты выбора туристского продукта региона. Рекламные лозунги.
Статистика международного туризма	Работа с учебно-методической и справочной литературой, использование Интернет-ресурсов для участия в вузовских и межвузовских конференциях, а также написания тезисов и статей	Состав и учет туристских расходов. Рекомендации ВТО по группировке туристских расходов.
Деятельность международных туристских организаций.	Работа с учебно-методической и справочной литературой, использование Интернет-ресурсов для решения конкретных ситуаций и разработки кейса	Туризм как фактор регионального развития. Туризм как фактор развития отсталых и депрессивных районов.
Анализ рынка международного туризма	Работа на выставке. Изучение сайта выставки, обзор СМИ, представленных на выставке, изучение интервью, пресс-релизов, новостей по данному событию	Агенты по продвижению туристских услуг. Поставщики туристских услуг.
Туристская индустрия в международном туризме.	Работа с учебной и справочной литературой для подготовки к аудиту маркетинга конкретной организации по выбору студента	Современное состояние гостиничной базы мира. Туристская индустрия питания. Типы предприятий питания. Сектор

		развлечений и его место в туристской индустрии. Тематические парки в мировой индустрии развлечений.
Роль туроператора на рынке международного туризма.	Работа с учебно-методической и справочной литературой для ответов на семинарских занятиях.	Аренда гостиничного предприятия, апартаментов, других средств размещения. Различия организационных форм питания (полупансион, полный пансион, «всё включено» и др.) в условиях прибрежных, городских и других форм размещения.
Сотрудничество туроператоров и международных перевозчиков	Работа с учебной и справочной литературой, использование Интернет-ресурсов для подготовки докладов по рекомендованной статье или предложенным темам.	Аренда автотранспортного средства. Речные и морские перевозки. Формы работы с круизными компаниями. Фрахтовка судна. Права и обязанности сторон.
Международное сотрудничество в области туризма.	Работа с учебной и справочной литературой для подготовки к групповым дискуссиям, работе в группах или в парах	Участие в международных выставках и ярмарках. Реклама и рекламные материалы. Социальные сети и способы использования сетей для установления международных связей и рекламы.
Новые тенденции в развитии рынка международного туризма	Работа с учебной и справочной литературой, использование Интернет-ресурсов для подготовки докладов по рекомендованной статье или предложенным темам. Кейс	Конкуренция и конкурентные стратегии туристических предприятий на современном рынке международного туризма, последние тенденции в международном туризме: Барометр международного туризма ЮНВТО.
Защита прав и интересов туристов в зарубежных поездках и обеспечение безопасности международных путешествий.	Работа на выставке. Изучение сайта выставки, обзор СМИ, представленных на выставке, изучение интервью, пресс-релизов, новостей по данному событию	Порядок предъявления претензий и ответственности сторон согласно постановлению РФ №452 от 18.07.2007 «Правила оказания услуг по реализации туристских продуктов». Соблюдение туристами правил ввоза и вывоза товаров и валюты.
Продвижение российского турпродукта на международный туристский рынок: возможности и реальность.	Работа с учебно-методической и справочной литературой, использование Интернет-ресурсов для участия в вузовских и межвузовских конференциях, а также написания тезисов и статей	Международный туризм в России. Организация международного туризма в России. Факторы, определяющие развитие и перспективы международного туризма.

6.2.Методическое обеспечение для аудиторной и внеаудиторной работы

Вопросы для самостоятельной работы студентов (доклады)

1. Факторы развития международного туризма.
2. Основные статистические показатели международного туризма стран- лидеров АТР.
3. Внешние и внутренние факторы развития туризма. Количественные (экстенсивные) и качественные (интенсивные) изменения туристической индустрии.
4. Всемирный кодекс этики в туризме как основа формирования отношений в туристической сфере.
5. Сравнительный анализ статистических показателей международного туризма по странам мира.
6. Объективные варианты выбора туристского продукта региона. Рекламные лозунги.
7. Состав и учет туристских расходов. Рекомендации ВТО по группировке туристских расходов.
8. Туризм как фактор регионального развития. Туризм как фактор развития отсталых и депрессивных районов.
9. Агенты по продвижению туристских услуг. Поставщики туристских услуг.
10. Современное состояние гостиничной базы мира. Туристская индустрия питания. Типы предприятий питания. Сектор развлечений и его место в туристской индустрии. Тематические парки в мировой индустрии развлечений.
11. Аренда гостиничного предприятия, апартаментов, других средств размещения.
12. Различия организационных форм питания (полупансион, полный пансион, «всё включено» и др.) в условиях прибрежных, городских и других форм размещения.
13. Аренда автотранспортного средства. Речные и морские перевозки. Формы работы с круизными компаниями. Фрахтовка судна. Права и обязанности сторон.
14. Участие в международных выставках и ярмарках. Реклама и рекламные материалы. Социальные сети и способы использования сетей для установления международных связей и рекламы.
15. Конкуренция и конкурентные стратегии туристических предприятий на современном рынке международного туризма, последние тенденции в международном туризме: Барометр международного туризма ЮНВТО.
16. Порядок предъявления претензий и ответственности сторон согласно постановлению РФ №452 от 18.07.2007 «Правила оказания услуг по реализации туристских продуктов».
17. Соблюдение туристами правил ввоза и вывоза товаров и валюты.
18. Международный туризм в России. Организация международного туризма в России. Факторы, определяющие развитие и перспективы международного туризма.

Перечень вопросов к контрольной работе

1. Процессы транснационализации и глобализации в международном туризме.
2. Влияние туристских ТНК на национальную экономику.
3. Факторы, определяющие дальнейшее развитие международного туризма.
4. Прогнозы ВТО для международного туризма.
5. Современное состояние и тенденции развития международного туризма
6. Прямые и косвенные каналы сбыта турпродукта.
7. Туроператоры: функции и характерные черты.
8. Главные направления деятельности туроператоров.
9. Сотрудничество туроператоров и турагентов в международном туризме.
10. Новые каналы сбыта туристского продукта. Туризм и Internet.
11. Статистическое и сущностное определение туризма и туриста.
12. Статистика туристских потоков. Важнейшие показатели туристских потоков.
13. Статистика туристских доходов и расходов.
14. Динамика поступлений от международного туризма и их региональное

распределение.

15. Методы статистического учета в туризме.

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

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

Перечень компетенций и их структура в виде знаний, умений и владений содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине».

7.2 Описание показателей и критерий оценивания компетенций. Описание шкал оценивания

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

- обсуждение вынесенных в планы семинарских занятий вопросов тем и контрольных вопросов;
- решение ситуационных и практических задач, тестов и их обсуждение;
- написание рефератов, мозговой штурм, решение кейсов

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений

Вопросы для подготовки к зачету

1. Международный туризм: понятие и классификация видов.
2. Международный туризм как система статистических понятий и определений.
3. Классификация целей поездок в международном туризме.
4. Основные показатели международной туристской статистики.
5. Методы статистического учета в международном туризме.
6. Основные группы факторов, влияющих на развитие туризма.
7. Статичные и динамичные факторы, оказывающие воздействие на развитие туризма.
8. Роль политических и социально-демографических факторов в развитии туризма.
9. Экстенсивные и интенсивные факторы, определяющие развитие туризма.
10. Значение позитивных и негативных факторов в международном туризме на современном этапе.
11. Динамика развития международного туризма.
12. Характеристика туристских макрорегионов мира по основным статистическим показателям.
13. Страны-лидеры по международным туристским прибытиям.
14. Страны-лидеры по международным туристским доходам.
15. Страны-лидеры по международным туристским расходам.
16. Современное состояние развития туризма в Европейском регионе.

17. Страны Азиатско-Тихоокеанского региона на международном туристском рынке.
18. Факторы, определяющие развитие туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе.
19. Динамика развития международного туризма в Американском регионе
20. Основные тенденции развития туризма в Ближневосточном и Африканском регионах.
21. Туризм как социально-экономическое явление современного мира.
22. Вклад туризма в создание валового внутреннего продукта.
23. Платежный баланс стран по статье «Туризм».
24. Прямое и косвенное влияние туризма на экономику страны.
25. Туристский мультипликатор: понятие и типы.
26. Положительное и негативное воздействие международного туризма на национальные и региональные рынки.
27. Влияние туризма на занятость населения.
28. Туризм как культурное и экологическое явление современного мира.
29. Каковы основные принципы устойчивого развития туризма?
30. Процесс глобализации на международном туристском рынке и основные тенденции его развития.
31. Стратегические альянсы: понятие, мотивы вступления, характерные черты.
32. Глобальные объединения: пути создания, виды деятельности, примеры.
33. Деятельность ассоциаций и консорциумов на международном туристском рынке.
34. Воздействие глобализации на национальные туристские рынки.
35. Государственное регулирование туризма: сущность и инструменты.
36. Экономические и административные механизмы государственной поддержки туризма.
37. Модели государственного регулирования туризма.
38. Нормативно-правовое законодательство в области туризма за рубежом.
39. Социальный туризм и система отпускных чеков.
40. Значение маркетинговой деятельности в международном туризме.
41. Программы продвижения национального туристского продукта в зарубежных странах.
42. Характеристика деятельности зарубежных представительств по туризму и туристскоинформационных центров.
43. Международные туристские организации: виды, цели, задачи.
44. Роль и значение Всемирной туристской организации (ЮНВТО).
45. Национальные туристские организации России.
46. Основные документы, регулирующие международную туристскую деятельность.
47. Международная туристская безопасность: понятие и основные аспекты.

48. Факторы риска и безопасность туристов.
49. Санитарно-эпидемиологические правила в международных путешествиях.
50. Вопросы страхования в международном туризме.
51. Туристские формальности в международном туризме.
52. Опыт Европы в создании единого туристского пространства (Шенгенское соглашение).
53. Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.
54. Оценка состояния въездного и выездного туризма в Российской Федерации.
55. Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации.
56. Динамика международных туристских потоков в Приморском крае.
57. Задачи по повышению эффективности въездного туризма в Приморском крае.
58. Долгосрочные и текущие прогнозы развития международного туризма.

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Основные макрорегионы по динамике туристских потоков. Особенности динамики и тенденции.
 2. Статистика туристских потоков. Важнейшие показатели.
 3. Методы статистического учета в международном туризме.
 4. Международные туристские потоки с целью отдыха и развлечений. Туристские рынки макрорегионов.
 5. Стандартная международная классификация видов деятельности в сфере туризма (СИКТА) Понятие туристской индустрии в разработке ВТО.
 6. Транспортные перевозки в сфере туризма. Либерализация авиаперевозок.
 7. Измерение экономического воздействия туризма.
 8. Роль международного туризма в бюджете отдельных стран.
 9. Особенности транснационализации и глобализации в международном туризме.
 10. Международное сотрудничество в сфере туризма. Роль международных организаций в развитии международного туризма.
 11. Международный туризм: понятие и классификация видов.
 12. Международный туризм как система статистических понятий и определений.
1. Классификация целей поездок в международном туризме.
 2. Основные показатели международной туристской статистики.
 3. Методы статистического учета в международном туризме.
 4. Основные группы факторов, влияющих на развитие туризма.
 5. Статичные и динамичные факторы, оказывающие воздействие на развитие туризма.
 6. Роль политических и социально-демографических факторов в развитии туризма.
 7. Экстенсивные и интенсивные факторы, определяющие развитие

туризма.

8. Значение позитивных и негативных факторов в международном туризме на современном этапе.

9. Динамика развития международного туризма.

10. Характеристика туристских макрорегионов мира по основным статистическим показателям.

11. Страны-лидеры по международным туристским прибытиям.

12. Страны-лидеры по международным туристским доходам.

13. Страны-лидеры по международным туристским расходам.

14. Современное состояние развития туризма в Европейском регионе.

15. Страны Азиатско-Тихоокеанского региона на международном туристском рынке.

16. Факторы, определяющие развитие туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

17. Динамика развития международного туризма в Американском регионе

18. Основные тенденции развития туризма в Ближневосточном и Африканском регионах.

19. Туризм как социально-экономическое явление современного мира.

20. Вклад туризма в создание валового внутреннего продукта.

21. Платежный баланс стран по статье «Туризм».

22. Прямое и косвенное влияние туризма на экономику страны.

23. Туристский мультипликатор: понятие и типы.

24. Положительное и негативное воздействие международного туризма на национальные и региональные рынки.

25. Влияние туризма на занятость населения.

26. Туризм как культурное и экологическое явление современного мира.

27. Каковы основные принципы устойчивого развития туризма?

28. Процесс глобализации на международном туристском рынке и основные тенденции его развития.

29. Стратегические альянсы: понятие, мотивы вступления, характерные черты.

30. Глобальные объединения: пути создания, виды деятельности, примеры.

31. Деятельность ассоциаций и консорциумов на международном туристском рынке.

32. Воздействие глобализации на национальные туристские рынки.

33. Государственное регулирование туризма: сущность и инструменты.

34. Экономические и административные механизмы государственной поддержки туризма.

35. Модели государственного регулирования туризма.

36. Нормативно-правовое законодательство в области туризма за рубежом.

37. Социальный туризм и система отпускных чеков.

38. Значение маркетинговой деятельности в международном туризме.

39. Программы продвижения национального туристского продукта в зарубежных странах.
40. Характеристика деятельности зарубежных представительств по туризму и туристскоинформационных центров.
41. Международные туристские организации: виды, цели, задачи.
42. Роль и значение Всемирной туристской организации (ЮНВТО).
43. Национальные туристские организации России.
44. Основные документы, регулирующие международную туристскую деятельность.
45. Международная туристская безопасность: понятие и основные аспекты.
46. Факторы риска и безопасность туристов.
47. Санитарно-эпидемиологические правила в международных путешествиях.
48. Вопросы страхования в международном туризме.
49. Туристские формальности в международном туризме.
50. Опыт Европы в создании единого туристского пространства (Шенгенское соглашение).
51. Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.
52. Оценка состояния въездного и выездного туризма в Российской Федерации.
53. Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации.
54. Динамика международных туристских потоков в Приморском крае.
55. Задачи по повышению эффективности въездного туризма в Приморском крае.
56. Долгосрочные и текущие прогнозы развития международного туризма.

Темы проектных работ по дисциплине «Рынок международного и национального туризма»

1. Основные группы факторов, влияющих на развитие туризма в Российской Федерации.
2. Статичные и динамичные факторы, оказывающие воздействие на развитие туризма на Северном Кавказе.
3. Роль политических и социально-демографических факторов в развитии туризма Зарубежной Европы.
4. Развитие международного туризма: современные тенденции, проблемы и перспективы.
5. Развитие российского туризма: современные тенденции, проблемы и перспективы.
6. Положительное и негативное воздействие международного туризма на национальные и региональные экономики (на примере какого-либо региона или государства).
7. Государственное регулирование туризма в Российской Федерации: сущность и инструменты.
8. Обеспечение безопасности в международном туризме: современные проблемы и перспективы.

9. Создание единого туристского пространства Европы (Шенгенское соглашение): современные проблемы и перспективы .
10. Анализ эффективности государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации.
11. Анализ состояния въездного и выездного туризма в Российской Федерации.
12. Проблемы и перспективы развития винного туризма в Российской Федерации.
13. Анализ долгосрочных и текущих прогнозов развития международного туризма.
14. Анализ влияния пандемии COVID-19 на рынок международного туризма.
15. Роль международных организаций в развитии международного туризма.
16. Туристские ресурсы Российской Федерации: изученность, проблемы и перспективы использования.
17. Экологический туризм в Российской Федерации: современное состояние, проблемы и перспективы развития.
18. Социальный туризм в Российской Федерации: современное состояние, проблемы и перспективы развития.
19. Национальные туристские организации России: проблемы взаимодействия с органами государственной власти, эффективность деятельности.
20. Российский рынок экскурсионных услуг: проблемы и перспективы развития.

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

Нормативные акты

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).
2. Федеральный закон от 15 августа 1996 г. N 114-ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» (с изменениями и дополнениями).
3. Постановление Правительства РФ от 9 июня 2003 г. N 335 «Об утверждении Положения об установлении формы визы, порядка и условий ее оформления и выдачи, продления срока ее действия, восстановления ее в случае утраты, а также порядка аннулирования визы» (с изменениями и дополнениями).
4. Постановление Правительства РФ от 18 июля 2007 г. N 452 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта».
5. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 N 644 (ред. от 18.09.2012) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)».
6. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 53997-2010 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования» (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 ноября 2010 г. N 578-ст).

Основная литература

1. Стахова, Л. В. Основы туризма : учебник для вузов / Л. В. Стахова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 327 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14912-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519853>
2. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13905-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519623>

Дополнительная литература

1. Джанджугазова, Е. А. Маркетинг туристских территорий : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 208 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07732-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513515>
2. Кужель, Ю. Л. Туристское страноведение. Центральная и Южная Европа (Албания, Венгрия, Хорватия, Словения) : учебник для вузов / А. А. Крючков, А. Г. Граве ; под редакцией Ю. Л. Кужеля. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 400 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12533-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/518782>
3. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм : учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516511>
4. Туристское страноведение. Западная и Северная Европа. Япония : учебник для вузов / М. В. Иванова, Л. В. Сазонкина, Л. А. Плынова, Ю. Л. Кужель ; под научной редакцией Ю. Л. Кужеля. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 574 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12222-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516593>
5. Туристское страноведение. Турция. Ближний Восток. Северная Африка : учебник для вузов / Ю. Л. Кужель, М. В. Иванова, Л. А. Плынова, Л. В. Сазонкина ; под научной редакцией Ю. Л. Кужеля. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11616-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/518292>
6. Туристское страноведение. Центральная и Южная Америка : учебник для вузов / Ю. Л. Кужель [и др.] ; под научной редакцией Ю. Л. Кужеля. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11614-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/518264>

Периодические издания

Журналы: «Гостиничное хозяйство», «Туризм: экономика и право», «Мировая экономика и международные отношения», «Международная экономика», «Валютное регулирование и валютный контроль», «Финансы», «Эксперт», «Деньги», «Компания».

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети

1. Интернет-страница Всемирной туристской организации ЮНВТО - World Tourism Organization UNWTO. - <http://www2.unwto.org/ru>
1. Интернет-страница Международной ассоциаций воздушного транспорта (International Air Transport Association - IATA) - <http://www.iata.org>
2. Интернет-страница Международной организации гражданской авиации (International Civil Aviation Organization - ICAO) - <http://www.icao.int>
3. Интернет-страница Всемирной Федерации ассоциаций туристских агентств

(УФТАА) - <http://www.uftaa.org/>

4. Интернет-страница Российского союза туриндустрии - <http://www.rostourunion.ru>
5. Интернет-страница Национальной туристской ассоциации (НТА) - <http://www.b2b-project.ru>
6. Интернет-страница Российской гостиничной ассоциации (РГА) - <http://rha.ru>
7. Интернет-страница Министерства Финансов РФ <http://www.minfin.ru/>
8. Интернет-страница Международного валютного фонда - <http://www.imf.org>
9. Интернет-страница Всемирного банка - <http://www.worldbank.com>
10. Справочная правовая система «Консультант Плюс» - <http://www.consultant.ru>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для успешного освоения учебного материала студенту необходимо тщательно проработать темы, предусмотренные учебным планом. Ознакомление с рекомендованной литературой осуществляется в соответствии с общим планом прохождения учебной дисциплины. Подготовка устных выступлений на семинарских занятиях, рефератов, эссе осуществляется с учетом пожеланий студентов более углубленно познакомиться с той или иной проблематикой. Список рекомендуемых тем для подготовки докладов включен в рабочую программу учебной дисциплины «Рынок международного и национального туризма». Студент самостоятельно выбирает темы докладов.

Работа над подготовкой докладов предполагает ознакомление с литературой, подбор необходимого материала, написание текста. При выполнении самостоятельных работ по дисциплине следует в соответствии с учебной программой определить необходимые источники литературы по выбранной теме, внимательно ознакомиться с подобранной литературой, определить логику изложения материала. Если студент желает более глубоко проработать материал, можно обратиться к дополнительной литературе, первоисточникам, указанным в рабочей программе дисциплины «Рынок международного туризма». Необходимо использовать библиотечные фонды и ресурсы Интернет. В докладе должна быть раскрыта тема, сформулирована аргументированная позиция по теме доклада. Необходимо тщательно проработать все проблемные вопросы выбранной темы, самостоятельно найти значение непонятных слов и терминов, определить логику изложения материала. Основная задача при подготовке самостоятельной работы состоит в том, чтобы выработать собственную позицию, своё понимание проблемы.

Изложение проработанного материала должно соответствовать общей логике раскрытия заданной темы. Самостоятельная работа достигает цели, если студент после её выполнения свободно оперирует материалом, может изложить суть проблемы и ответить на вопросы.

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

Каждый обучающийся в течение всего периода обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечной системе и к электронной информационно-образовательной среде Финансового университета. Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», к информационно-правовому portalу «Гарант», системе «Консультант Плюс» и другим нормативно-правовым базам данных.

Электронная информационно-образовательная среда организации должна обеспечивать:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин, практик и к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в

рабочих программах;

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения основной образовательной программы.

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечено соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Результаты освоения дисциплины достигаются за счет использования в процессе обучения интерактивных методов и технологий формирования общекультурных и профессиональных компетенций у студентов.

Из числа инновационных образовательных технологий в процессе преподавания дисциплины «Рынок международного и национального туризма» используются:

- технологии активного обучения (деловые игры, тренинги, дискуссии);
- технология проблемного обучения (проблемное изложение материала, эвристическая беседа, частично-поисковые и исследовательские методики);
- метод инициации мышления - метод контрольных (эвристических) вопросов;
- технологии коллективного взаимодействия (сотрудничество, диалог и др.)

Инновационные методы могут реализовываться как в традиционной, так и в других технологиях обучения. При этом использование модульно-кредитных и модульно-рейтинговых систем обучения и контроля знаний, как правило, способствуют развитию самостоятельности и ответственности обучаемых.

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

Программа «Рынок международного и национального туризма» имеет необходимое материально-техническое и учебно-методическое обеспечение. Студентам предоставлены специальные помещения для проведения лекций, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финансового университета.

Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Учебная дисциплина: Рынок международного и национального туризма

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
1	Совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, используемых при производстве туристского продукта и организации туристского бизнеса....	Это туристские ресурсы	ПКН-4
2	Чем занимается туроператор?	Туристская организация, занимающаяся	ПКН-6

		комплектацией туров	
3	Чем занимается Турагент?	Физическое или юридическое лицо, выступающее посредником по продаже сформированных туроператором туров	УК-1
4	путешествия граждан Российской Федерации с места постоянного проживания в другую страну с различными целями	выездной туризм	ПКН-4
5	Учреждение Организации Объединенных Наций, занимающееся развитием и продвижением туризма как основного фактора обеспечения мира, развития, международного взаимопонимания, всеобщего уважения и культурного обмена.	Всемирная туристская организация	УК-10
6	Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, лечебного и оздоровительного, спортивного, религиозно-культурного, делового и иного назначения, организаций	туристская индустрия.	ПКН-4
7	Какова роль международного туризма в мировой экономике? Назовите один фактор.	– Он стимулирует рост ВВП, – создание рабочих мест, – развитие инфраструктуры – культурный обмен, – основной источник валютных поступлений	ПКН-6
8	Какие факторы влияют на развитие международного туризма? Назовите один фактор.	– политическую стабильность, экономическую ситуацию, – безопасность, – культурные особенности, – инфраструктуру и доступность транспортных средств.	ПКН-4
9	Какова цель организации «Ассоциация туроператоров России»?	развитие и продвижение внутреннего и въездного туризма в России.	ПКН-4
10	показатель, который отражает влияние туризма на экономику страны. Он показывает, насколько	Туристский мультипликатор	УК-10

	увеличивается валовый внутренний продукт (ВВП) страны за счет туризма....		
--	---	--	--

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (в полной мере): мировой опыт проведения маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; концептуальные основы социально-экономических исследований в туристской индустрии; методологию оценки сегментов туристского рынка

Умеет: (самостоятельно): осуществлять выбор исследовательского инструментария (методик, техник, процедур) для разработки эффективных решений; проводить мониторинг и оценку деятельности на рынке услуг гостеприимства

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся **знает:** алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров).

Умеет: (самостоятельно): принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров) и отвечать на запросы и потребности общества и целевой аудитории в профессиональной деятельности.

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (на уровне минимальных требований): алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.

Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) принимать экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.

- оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется, если обучающийся **не знает:** (на уровне минимальных требований): алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.

Не умеет: (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) принимать экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.