



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОП

Врио заведующий(ая) кафедрой
сервиса и туризма
(название кафедры)

(подпись) Овчаренко Н.П.
(Ф.И.О. рук. ОП)
« 17 » сентября 2017г.

(подпись) Овчаренко Н.П.
(Ф.И.О. зав. каф.)
« 17 » сентября 2017г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы туристской деятельности

Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Форма подготовки очная

курс 2 семестр 3

лекции 36 час.

практические занятия 36 час.

лабораторные занятия - час.

в том числе с использованием МАО лек. - / пр.18 / лаб. час.

всего часов аудиторной нагрузки 72 час.

в том числе с использованием МАО 18 час.

самостоятельная работа 18 час.

в том числе на подготовку к экзамену 54 час.

курсовая работа/ курсовой проект - семестр

Экзамен – 3 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта, самостоятельно устанавливаемого ДВФУ, утвержденного приказом ректора от 18.02.2016 №12-13-235, с изменениями, утвержденными приказом ректора ДВФУ от 04.07. 2017 №12-13-69

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры сервиса и туризма, протокол № 7(1) от «17» сентября 2017г.

Врио заведующий(ая) кафедрой: канд. техн. наук., доцент Овчаренко Н.П.
Составитель(ли): старший преподаватель Гарянина Е.В.

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

ABSTRACT

Bachelor's degree in 43.03.03 Hotel business

Study profile "Title" Hotel business

Course title: Basics of tourism activities

Variable part of Block 1, 5 credits.

Instructor: *Garyanina Evgenia Victorovna, senior lecturer*

At the beginning of the course a student should be able to:

know the basic concepts of tourist activity;

know the main documents regulating the development of tourism in the world and Russia;

be able to work independently with various sources of information for the formation of the hotel product;

know the basics of tourism activities and the ability to apply them in the professional sphere;

Learning outcomes: Stages of competence

PC-15 readiness to master the theoretical foundations of the design of functional processes of hotels and other accommodation facilities through the use of modern technologies and design methods
Knows the main characteristics and essence of urban tourism;

Knows the Theoretical foundations of tourist activity.

History of formation and development of tourism and hotel business.

He is able to Apply theoretical bases of tourist activity in professional activity.

Use the information in forecasting and assessing the prospects for the development of the tourist services market.

Has the Skill to reveal the actual problems of tourism development at the present stage.

The basics of tourism activities and skills analysis of the market of tourist services.

PC-16 willingness to independently find and use various sources of information for the implementation of project activities and the formation of the hotel product in accordance with the requirements of the consumer;

Learns General theoretical and methodical bases of tourist activity.

Able to Use research methods applicable to tourism activities.

Use different sources of information to analyze the market of tourist services in the development of tourism activities.

Owns a system of scientific concepts in the discipline.

The ability to independently find and use various sources of information to form a hotel product in accordance with the requirements of the consumer.

Course description:

The content of the discipline covers a wide range of issues:

related to the history of tourism, the role of tourism in society and the market economy, its functions, the structure of the industry and the classification of professional activities in the field of service and tourism.

Main course literature:

1. Kuskov A. S., Fundamentals of management: textbook /A. S. Kuskov, Yu. a. Caladan. - M.: KnoRus, 2014. - 400 p. (3 copies.)
2. Smirnova D.Sh. Marketing in tourism: a tutorial. - M .: Knorus, 2016. - 200 p.

Form of final control: exam

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Основы туристской деятельности»

Учебный курс «Основы туристской деятельности» предназначен для студентов направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

Дисциплина «Основы туристской деятельности» включена в состав вариативной части.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом по данному направлению предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часа, в том числе 18 часов с использованием МАО), самостоятельная работа (72 часов). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Основы туристской деятельности» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Технологии и организация гостиничной деятельности», «Предпринимательская деятельность в туризме и индустрии гостеприимства».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов: вопросов, связанных с историей становления туризма, ролью туризма в обществе и рыночной экономике, его функции, структуру отрасли и классификации видов профессиональной деятельности в сфере сервиса и туризма.

Цель – ознакомление студентов с основами туристской деятельности.

Задачи:

- сформировать понятийный аппарат и профессиональную лексику;
- охарактеризовать факторы и условия развития туристской индустрии;
- изучить историю развития туристской деятельности, основные закономерности и тенденции развития туризма на современном этапе;
- изучить классификации туризма;
- изучить структуру туристской индустрии;

- определить основные проблемы в развитии туризма.

Для успешного изучения дисциплины «Основы туристской деятельности» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- знать основные понятия туристской деятельности;
- знать основные документы, регулирующие развитие туризма в мире и России;
- уметь самостоятельно работать с различными источниками информации для формирования гостиничного продукта;
- владеть основами туристской деятельности и способностью их применять в профессиональной сфере;

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-15 готовностью к освоению теоретических основ проектирования функциональных процессов гостиниц и других средств размещения на основе применения современных технологий и методов проектирования	Знает	Теоретические основы туристской деятельности. Историю становления и развития туристского и гостиничного бизнеса.
	Умеет	Применять теоретические основы туристской деятельности в профессиональной деятельности. Использовать информацию при составлении прогнозов и оценке перспектив развития рынка туристских услуг.
	Владеет	Навыком раскрывать актуальные проблемы развития туризма на современном этапе. Основами туристской деятельности и навыками анализа рынка туристских услуг.
ПК-16 готовностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации для осуществления проектной деятельности и формирования гостиничного	Знает	Общепрофессиональные теоретические и методические основы туристской деятельности.
	Умеет	Использовать методы исследования применимо к туристской деятельности. Использовать разные источники информации для анализа рынка туристских услуг в развитии туристской деятельности.
	Владеет	Системой научных понятий по дисциплине. Навыком самостоятельно находить и использовать различные источники информации для формирования гостиничного продукта в

продукта в соответствии с требованиями потребителя		соответствии с требованиями потребителя.
--	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы туристской деятельности» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-беседа, лекция-консультация, проблемная лекция, лекция - дискуссия, тестирование, кейс - стади.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Раздел 1. Сущность и специфика туристского рынка (16 час.)

Тема 1. Основные понятия и категории предмета (2 час.)

Понятие, цели, функции и задачи туризма. Роль туризма в мировой экономике. Факторы развития туризма.

Турист как субъект туризма. Значение туризма для человека и общества.

Определение понятий «путешествие», «туризм», «турист», «туристская поездка», «экскурсант», «туристская отрасль». Условия развития туризма.

Тема 2. Виды и формы туризма (2 час.)

Внутренний и международный туризм. Национальный туризм. Активный и пассивный туризм. Плановый туризм: групповой и индивидуальный. Самостоятельный туризм. Социальный туризм. Таймшер. Религиозный и паломнический туризм.

Тема 3. Особенности предоставления туров (2 час.)

Программа обслуживания. Планирование туров. Технология формирования туров. Технология доставки турпродукта к потребителю. Экономический менеджмент турагентства. Ценообразование в туризме. Качество турпродукта.

Тема 4. Регулирование туризма (2 час.)

Законодательная и нормативная база туристской деятельности. Туристская политика. Защита потребителя туристских услуг на государственном уровне. Международное и государственное регулирование туризма. Роль государства в развитии туристской индустрии. Структура управления туристской отраслью в РФ. Экономические и административные механизмы поддержки развития туризма. Задачи государственной политики в

сфере туризма. Международные туристские организации. Туристские организации и мероприятия. Международные и национальные туристские организации.

Тема 5. Турист как потребитель товаров, работ, услуг (2 час.)

Типы туриста. Туристский продукт. Рынок туристских услуг. Туристские услуги, их состав. Тур и туристский маршрут. Турпакет. Разновидности туров. Транстур. Туристские товары. Беспшлинная торговля.

Тема 6. Туристская индустрия (4 час.)

Составляющие туристской индустрии.

Гостиничная индустрия. Тенденции развития гостиничного бизнеса в РФ и мире. Типы и виды средств размещения. Классификация гостиниц. Основные параметры в системах классификации гостиниц. Гостиничные цепи и корпорации.

Система питания. Организации услуг питания. Виды и типы обслуживания. Основные требования к организации питания. Ресторанный бизнес.

Система перевозок. Международная классификация средств транспорта.

Развлечения и система аттракций. Экскурсионная деятельность. Страхование. Банковские и финансовые услуги. Информационные услуги.

Тема 7. Факторы, обеспечивающие привлекательность туристской деятельности (2 час.)

Классификация факторов: политические, социально-экономические, природно-климатические, культурно-исторические, материально-технические, технологические, институциональные, структурно-организационные. Безопасность в туризме.

Раздел 2. Развитие туроперейтинга и туристский продукт (10 час.)

Тема 1. Основные понятия и тенденции развития туроперейтинга. (2 час.)

Понятие «туроператор», роль туроператора на туристском рынке. Классификация и виды туроперейтинга. Тенденции развития и фактор устойчивости туроператора на рынке.

Тема 2. Функции и задачи туроператора (2 час.)

Основные различия между туроператором и турагентом, виды и типы туроператоров, функции туроператора, схема работы туроператора, профессиональные задачи туроператора.

Тема 3. Понятие и виды турагента (2 час.)

Фирма – турагент: понятие, виды, функции деятельности турагента. Турагентство – как турфирма посредник. Агентская сеть. Отличие туроператора и турагента.

Тема 4. Туристское предприятие и организация его деятельности (4 час.)

Туристское предприятие. Создание туристского предприятия. Типы фирм. Организационно-правовые формы туристских предприятий. Разработка учредительных документов. Регистрация фирмы. Организация деятельности. Порядок ликвидации туристского предприятия.

Раздел 3. Создание и проектирование туристского продукта (10 час.)

Тема 4. Концепция создания туристского продукта (2 час.)

Формирование привлекательного туристского продукта, концепция гостеприимства, классы обслуживания.

Тема 5. Туристский продукт и пакет услуг (2 час.)

Понятие туристского продукта, основные характеристики, структура и схема его разработки. Потребительские свойства турпродукта. Туристский пакет и его виды, цена турпакета. Факторы, влияющие на создание туристского пакета.

Тема 6. Проектирование тура и программа обслуживания (4 час.)

Тур: понятие, структура, классификация. Требования к проектированию тура. Нормативно-правовые основы туристского проектирования. Характеристика содержания и особенности основных этапов проектирования. Программа обслуживания.

Тема 7. Поставщики услуг и подготовка программы (2 час.)

Договорной план. Туристский маркетинг, подбор поставщиков услуг, временная шкала программы, переговоры с поставщиками услуг.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Семинарские занятия (36 час.)

Занятие 1. Характеристика и оценка состояния туристской инфраструктуры Российской Федерации (2 часа) .

Вопросы для обсуждения:

1. Проблемы развития туризма в Российской Федерации.
2. Пути решения интенсивного развития туризма в Российской Федерации.

Занятие 2. Разработка и выбор туристских программ(4 часа)

Вопросы для обсуждения:

1. Внутренний туризм. Въездной туризм.
2. Особенности приема и обслуживания иностранных туристов в РФ.
3. Туры за рубеж. Экскурсионные маршруты.
4. Туры на отдых.
5. Комбинированные поездки. Автобусные туры. Круизы(морские, речные).
6. Зимние туры.
7. Туры для школьников.
8. Бизнес - туры.
9. Образовательные туры.
10. Деловой туризм. Основные маршруты.

Занятие 3. Системы распространения туристского продукта(4 часа)

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование сбытовой сети.
2. Каналы продвижения и реализации турпродукта.
3. Формы организации сбыта туристского продукта.
4. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором.
5. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентом.

Занятие 4. Взаимоотношения с клиентом(2 часа)

Вопросы для обсуждения:

1. Профессионализм, нравственные и психологические аспекты общения.
2. Информированность, право выбора.
3. Рассмотрение претензий, замечаний и жалоб.
4. Защита прав туриста и интересов фирмы.

Занятие 5. Качество обслуживания и безопасность услуг (4 часа)

Вопросы для обсуждения:

1. Система качества услуг.
2. Социологические исследования.
3. Формы и методы контроля.
4. Безопасность жизни, здоровья, окружающей среды.

Занятие 6. Основные направления использования информационных технологий в туризме(2 часа)

Вопросы для обсуждения:

1. Направления компьютеризации туристского бизнеса.
2. Система информационных технологий.
3. Глобальная информационная сеть – Интернет.

Занятие 7. Международные конференции по регулированию туризма(2 часа)

1. Гагагская конференция по туризму.
2. Эстерсундская конференция по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях.
3. Кадисский межпарламентский форум по туризму.
4. Мадридский семинар ЮН ВТО по вопросам подготовки кадров для сферы туризма.

Занятие 8. Особенности современной российской паспортной системы и иные удостоверения в туризме(2 часа)

1. Конференция по международным путешествиям и туризму (Рим, 1963г.)
2. Международные водительские права.
3. Иные удостоверения личности в туризме и понятие «green-card».

Занятие 9. Визовые формальности(2 часа)

1. ЮН ВТО (Всемирная туристская организация) об упрощении визовых формальностей.
2. Особенности визового и безвизового въезда
3. Порядок оформление визы.

Занятие 10. Таможенный контроль товаров, перемещаемых физическими лицами(4 часа)

1. Таможенные платежи.
2. Таможенный досмотр.
3. Процедуры таможенного декларирования.
4. Таможенная декларация

Занятие 11. Порядок ввоза и вывоза иностранной валюты(4 часа)

Занятие 12. Основные заболевания путешественников(4 часа)

1. Малярия, натуральная оспа, холера, желтая лихорадка, чума.

2. СПИД и туризм.
3. Туризм и наркотики.
4. Венерические заболевания и туризм.
5. Международные медико-санитарные правила
6. Аптечка турлидера.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Основы туристской деятельности» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение заданий;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел 1	ПК-15 ПК-16	Знает особенности обслуживания потребителей и туристов в туристских компаниях и туристских маршрутах.	конспект; тест ; практическая работа	Тест Презентация
			умеет организовать	конспект;	Тест

			технологические процессы обслуживания потребителей и туристов в туристских компаниях и на туристских маршрутах.	тест; практическая работа	Участие в Учебном туре
			владеет современными производственными, информационными и коммуникативными технологиями	конспект; тест; практическая работа; контрольная работа	Тест Деловая игра
2	Раздел 2	ПК-15 ПК-16	<p>Знает: -важнейшие достижения культуры, потребности, реализуемые в сфере туризма;</p> <p>-основы производственно-технологической деятельности в туризме;</p> <p>-особенности разработки туристского продукта на основе современных технологий;</p> <p>-содержание основных туристских категорий.</p>	конспект; тест ; практическая работа	Тест Презентация
			<p>Умеет: -организовать процесс обслуживания потребителя;</p> <p>-разрабатывать туристский продукт на основе современных технологий;</p> <p>-выявлять специфику потребностей человека с учётом особенностей возрастных этапов, уровня развития, его принадлежности к этнической, профессиональной и другим социальным группам;</p> <p>-выделять тенденции и закономерности развития туризма в России и других странах;</p> <p>-формировать и аргументировано</p>	конспект; тест; практическая работа	Тест Участие в РІТЕ

			<p>отстаивать собственную позицию по различным проблемам в ходе общения с потребителями туристского продукта;</p> <p>- извлекать уроки из событий и на их основе принимать осознанные решения по эффективному общению с потребителями туристского продукта.</p>		
			<p>Владеет: -понятиями и терминами российской и всемирной индустрии туризма;</p> <p>-умением организовать процесс обслуживания потребителя;</p> <p>-методами организации производственно-технологической деятельности в туризме;</p> <p>-методикой разработки туристского продукта на основе современных технологий;</p> <p>-навыками работы с литературой (научной, научно-популярной, учебной);</p> <p>-приемами ведения дискуссии и полемики на основе теории коммуникаций.</p>	<p>конспект;</p> <p>тест;</p> <p>практическая работа;</p> <p>контрольная работа</p>	<p>Тест</p> <p>Реклама тура</p>
3	Раздел 3	ПК-15 ПК-16	<p>Знает: -приемы и методы работы с персоналом;</p> <p>-методы оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии;</p> <p>- приемы и методы работы с персоналом, методы оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской</p>	<p>конспект;</p> <p>тест ;</p> <p>практическая работа</p>	<p>Тест</p> <p>Презентация</p>

			индустрии		
			<p>Умеет: - использовать приемы и методы работы с персоналом;</p> <p>- использовать методы оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии;</p> <p>- использовать приемы и методы работы с персоналом, методы оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии</p>	конспект; тест; практическая работа	Тест Презентация
			<p>Владеет: - приемами и методами работы с персоналом;</p> <p>- методами оценки качества и результативности труда персонала предприятия туристской индустрии;</p> <p>- навыками разработки туристского продукта с учетом технологических, социально-экономических и других требований.</p>	конспект; тест; практическая работа; контрольная работа	Тест Документация тура
4	Раздел 3	ПК-15 ПК-16	<p>Знает: - теоретические основы разработки туров для группового и индивидуального туризма ;</p> <p>- теорию, методологию, механизмы и инструменты управления предприятиями и комплексами рекреации и туризма</p>	конспект; тест ; практическая работа	Тест Презентация
			<p>Умеет: -использовать современные технологии для создания туристского продукта;</p>	конспект; тест; практическая работа	Тест Презентация

		<p>- разрабатывать научно обоснованные управленческие решения для совершенствования деятельности организаций сектора туризма и оценивать их эффективность;</p> <p>- организовать практическую реализацию управленческих предложений и контролировать результаты</p>		
		<p>Владеет: -навыками разработки туристского продукта с учетом технологических, социально-экономических и других требований;</p> <p>-- системным подходом к принятию управленческих решений, к организации, мотивации и контролю их выполнения</p>	<p>конспект; тест; практическая работа; контрольная работа</p>	<p>Тест Презентация памятки для туриста</p>

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(печатные и электронные издания)

1. Основы туризма: учебник для вузов по направлениям «Туризм», «Гостиничное дело», «Сервис» Е. Н. Трофимов и др.; под ред. Е. Л. Писаревского. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 374 с. ил. www.fa.ru/org/chair/mtgbism/Documents/Publications/Turizm_Basics.pdf

2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2014. – 576 с. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/596652/>

3. Кусков А.С. Основы туризма: учебник /А.С.Кусков, Ю.А. Джаладян. – М.: КноРус, 2013. – 400 с.(3 экз.) <https://www.labirint.ru/books/229489/>

4. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие / В.А. Назаркина [и др.]. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014. – 235 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44910.html>

5. Жохова В.В., Римская Т.Г. Туроперейтинг: Учебное Пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская – Находка: филиал ФГБОУ ВПО «ВГУЭС» в г. Находке, 2014. – 128 с. www.vvsu.ru/files/27C34558-2CCC-4203-A336-631E0786CC58.pdf

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

6. Гостиничный бизнес и индустрия размещения туристов : учебное пособие / И. С. Барчуков, Л. В. Баумгартен, Ю. Б. Башин [и др.]. - Москва: КноРус, 2014. – 167 с. – 4 экз. - Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:738303&theme=FEFU>

7. Правовое обеспечение сервиса и туризма: практикум / Н.Ю. Давыдова. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2014. – 102 с. – <http://www.iprbookshop.ru/33651.html>

8. Метрология, стандартизация и сертификация (в сфере туризма): Учебное пособие / В.П. Анисимов, А.В. Яцук. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 253 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/397143>

9. Веткин, В.А., Винтайкина, Е.В. Технология создания турпродукта: учебно-методическое пособие – М.: Финансы и статистика; Инфра-М.- 2013. – 240 с. (1 экз) <http://www.studentlibrary.ru/doc/ISBN9785279034826-SCN0000/000.html>

10. Организация туристской деятельности: Учебное пособие / Сухов Р.И. - Рн/Д: Южный федеральный университет, 2016. - 267 с. - <http://znanium.com/catalog/product/991783>

11. Информационные технологии в туристической индустрии: учебное пособие для вузов / Д. И. Кимяев, Г. А. Костин, В. В. Курлов. - Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2014. – 203 с. – 5 экз. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:732717&theme=FEFU>

12. Чудновский, А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 290 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/919723>

13. Чудновский, А.Д. Стратегический менеджмент в индустрии туризма: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, А.В. Кормишова. – Москва :КноРус, 2014. – 152 с. – Для бакалавров. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/914466>

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины

Для организации учебной деятельности эффективным является использование средств, напоминающих о стоящих перед нами задачах, их последовательности выполнения. Такими средствами могут быть мобильный телефон, таймеры, компьютерные программы составления списка дел, выделяющие срочные и важные дела.

Составление списка дел – первый шаг к организации времени. Упорядочение, классификация дел в списке – второй шаг к организации времени.

Чтобы облегчить выполнение заданий, необходимо определить временные рамки.

Успешность освоения дисциплины зависит от правильно спланированного времени при самостоятельной подготовке.

Алгоритм изучения дисциплины

Изучение дисциплины «Организация туристской деятельности» студенту необходимо:

- ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы; к программе курса необходимо будет возвращаться постоянно, по мере усвоения каждой темы в отдельности, для того чтобы понять: достаточно ли полно изучены все вопросы;

- внимательно разобраться в структуре дисциплины «Организация туристской деятельности», в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом, о лекционной и практической части всего курса изучения.

Рекомендации по работе с литературой

Последовательность в работе с литературой. Ее можно представить в виде следующего алгоритма:

- ознакомление с рабочей учебной программой и учебно-методическим комплексом дисциплины;

- изучение основной учебной литературы;

- проработка дополнительной литературы.

В ходе чтения очень полезно делать краткие конспекты прочитанного, выписки, заметки, выделять неясные, сложные для восприятия вопросы. По завершении изучения рекомендуемой литературы полезно проверить уровень своих знаний с помощью контрольных вопросов для самопроверки.

Следует воспитывать в себе установку на прочность, долговременность усвоения знаний по курсу.

При работе с учебной и научной литературой принципиально важно принимать во внимание момент развития. В условиях ускоряющегося старения информации учебные, впрочем, как и научные, издания, далеко не всегда могут поспевать за новыми явлениями и тенденциями, порождаемыми процессом инновации.

Наконец, студент обязан знать не только рекомендуемую литературу, но и новые, существенно важные издания по курсу, вышедшие в свет после его публикации.

Рекомендации по подготовке к экзамену

Итоговым контролем при изучении дисциплины «Организация туристской деятельности» является экзамен. Цель экзамена – проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине, а также умения логически мыслить, реагировать на дополнительные вопросы. Оценке подлежит также и правильность речи студента. Дополнительной целью итогового контроля в виде экзамена является формирование у студента таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, самостоятельность.

Рекомендуемые учебники и специальная литература при изучении курса, имеются в рекомендованном списке литературы в рабочей программе по данному курсу, также их называет студентам преподаватель на первой лекции.

Самостоятельная работа по подготовке к экзамену во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на экзамен и дней, отведенных на подготовку.

Рекомендации по выполнению домашних заданий

1. Студенту необходимо ознакомиться с очередным тематическим заданием.

2. Выполнить задание. Для этого ознакомиться с методическими рекомендациями по выполнению данного задания, которые расположены в соответствующем разделе, или осуществить поиск материалов в электронном каталоге, или в электронных ресурсах библиотеки ДВФУ (режим доступа: <http://www.lib.dvfu.ru>).

3. Осуществить поиск дополнительного материала (при необходимости).

4. Передать выполненное задание преподавателю на проверку.

5. Время проверки заданий минимум 7 дней.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Организация самостоятельной работы для студента - бакалавра туризма – не просто составная часть учебного плана и учебного процесса в высшем учебном заведении, но и обязательная составляющая его будущей профессиональной деятельности. Овладение способами и методами самоменеджмента является ключом к развитию профессионализма бакалавра туризма.

Для эффективной организации самостоятельной работы необходимо:

- понять общий объем и содержание работы по курсу дисциплины;
- создать общее представление об имеющейся литературе по дисциплине;
- иметь тетрадь для лекций и рабочую тетрадь для практических и семинарских занятий с выделенными полями для записи практических примеров, возникающих вопросов, своих замечаний, комментариев;
- выделить приоритеты в организации самостоятельной работы (что легче с точки зрения индивидуальных особенностей, что сложнее);
- работать постоянно, целенаправленно, для чего: спланировать время; выстроить последовательность освоения материала и алгоритм выполнения заданий;
- организовать работу с учебной литературой и поиск дополнительной информации в различных источниках;

- проводить самоконтроль.

Самостоятельная работа может быть организована как на лекциях, семинарских и практических занятиях, так и вне учебных занятий, как под руководством преподавателя, так и без его непосредственного участия.

Для эффективной самостоятельной работы на учебных занятиях требуется активное включение в осмысление предлагаемого преподавателем материала: важно участвовать в дискуссиях, выявлять и фиксировать в тетрадях возникающие вопросы, задавать эти вопросы во время занятий. При выявлении затруднений следует сразу обратиться за консультацией к преподавателю.

В целях эффективности самостоятельной работы во время подготовки к практическим и семинарским занятиям важно заранее прорабатывать вопросы для обсуждения и задания, которые даются в учебниках и в планах к семинарским и практическим занятиям. Попытки выполнять задания «в последнюю минуту» обычно не дают желаемого эффекта, не способствуют развитию необходимых навыков, так как при стихийной работе в авральном режиме не достигается необходимая для хорошего усвоения качественная проработка материала.

Самостоятельное изучение дополнительных источников по конкретной теме целесообразно осуществлять сразу после лекции. Это позволит затратить меньше времени на обработку материала и выделение из него полезной дополнительной информации. Полученную в ходе самостоятельной работы дополнительную информацию по изучаемым темам целесообразно вносить в соответствующий раздел конспекта лекций, чтобы лекционная тетрадь содержала одновременно две составляющие: лекционный материал и дополнительную информацию по теме.

При организации самостоятельной работы над дополнительной литературой и составлении конспекта важно записывать точные выходные данные, название работы, указывать полностью фамилию, имя, отчество автора, интересоваться краткой биографией автора. Следует также

составлять конспекты или краткие тезисы работы с выводами и своими замечаниями, наблюдениями, комментариями.

Написание контрольной работы – одна из активных форм обучения, целью, которой является подготовка студента к самостоятельному выполнению теоретических и практических задач на основе получения знаний. Задачи исследования:

- углубление и закрепление знаний у обучаемых;
- систематизация и развитие у них творческих навыков и умений;
- формирование у студентов самостоятельности в решении стоящих проблем.

По качеству содержания контрольной работы можно судить об усвоении студентами учебного материала, их грамотности, интеллекте, культуре, умении четко, стройно выражать свои мысли.

Тема контрольной работы выбирается студентом из предложенного перечня. Однако он может и сам определить проблему исследования, согласовав её с преподавателем.

В своей работе студенты должны показать глубокие знания поставленных проблем на основе всестороннего анализа изученной литературы, умение последовательно, ясно излагать свои мысли, тесно увязывать теорию с практикой.

Подготовку к написанию контрольной работы с изучения литературы. Важно грамотно продумать и составить план контрольной работы.

Текст контрольной работы должен быть написан в научном стиле, который позволяет наиболее глубоко выразить содержание поднимаемой проблемы.

Практика написания контрольных работ показывает, что студенты могут справиться с написанием при следующих условиях:

- посещение лекционных занятий;
- проработка основной учебно-методической литературы;

- посещение, подготовка и активное участие в семинарских занятиях
примеры;
- своевременное выполнение заданий, предусмотренных для самостоятельной работы.

Контрольная работа оценивается по совокупности правильных ответов.

Следует иметь в виду, что активными формами самостоятельной работы являются участие в научно-исследовательской работе кафедры, в работе студенческих кружков и конференций. Задания для самостоятельной работы должны выполняться в рабочих тетрадях в письменном виде.

Студенты, не представившие результаты обязательных самостоятельных работ по темам дисциплины «Организация и технология туроператорской и турагентской деятельности», не допускаются к сдаче экзамена.

Общие требования к написанию и оформлению контрольной работы

Контрольная работа выполняется на стандартных листах бумаги формата А-4 в печатном варианте. Текст работы набирается через 1,5 межстрочных интервала, шрифт – 14. На странице не должно быть менее 27-29 строк, включая сноски.

Поля страниц устанавливаются: левое – 30мм, правое – 10мм, верхнее и нижнее – 20мм. Выравнивание по ширине. Страницы должны быть пронумерованы снизу в середине страницы. Все страницы нумеруются сквозной нумерацией до последней страницы, включая приложения.

Прежде чем приступить к написанию работы, студенту необходимо подобрать соответствующую литературу, первоисточники. Обязательно изучить современные источники, «не старше» 5 лет.

Предполагается выступление студента с 5-минутным сообщением по теме реферата с презентацией. Презентация состоит из 10 слайдов: Название страны.

а. Цель.

б. Задачи (не менее 3).

- c. Географическое положение (карта страны)
- d. Паспортно-визовые формальности.
- e. Валютные формальности.
- f. Таможенные формальности.
- g. Медицинские формальности.
- h. Порядок вывоза образцов флоры и фауны.
- i. Спасибо за внимание.

Студенты очной формы обучения сдают реферат преподавателю на проверку за 5 дней до окончания теоретического курса по модулю.

В случае необходимости студент может получить консультацию по написанию реферата на кафедре Сервиса и туризма в дни и часы консультаций преподавателя.

Содержание реферата:

- титульный лист;
- содержание;
- введение, в котором обосновываются цели и задачи темы реферата, указывается актуальность исследования.

Например:

Цель: *изучение туристских формальностей Объединённых Арабских Эмиратов.*

Задачи: 1. *Изучить визовые формальности.*

2. *Рассмотреть валютные формальности.*

3. *Изучить порядок провоза образцов флоры и фауны и т.д.;*

Актуальность *данной темы состоит в том, что соблюдение и выполнение ряда таможенных формальностей требует от работников туристских фирм знаний таможенного и валютного регулирования, санитарно-эпидемиологических правил, правил пересечения государственных границ государства.*

В ходе написания реферата были использованы литературные источники, основополагающими из которых являются научные исследования Бгатова А.П., Бойко Т.В., Гуляева В.Г., а также Интернет источники.

- *раздел 1* (дается краткая характеристика страны: население, столица, основной язык, основная религия, средняя продолжительность жизни, денежная единица, основные статьи экспорта). В этом разделе размещается флаг и карта страны;

- *раздел 2* Характеристика туристских формальностей страны: паспортные, визовые, таможенные, валютный контроль и порядок обмена

валюты, медицинские, перемещение через границу культурных ценностей, флоры и фауны;

- *выводы*;

- *библиографический список* (перечень используемой литературы и иных источников).

Реферат подписывается студентом на последнем листе.

При проверке реферата учитывается:

- использование нескольких литературных источников (не менее 5-ти), периодической печати (газет и журналов за последние 5 лет – **обязательно!!!**);
- конкретность, четкость раскрытия темы;
- сравнительный анализ полученной информации;
- наличие схем, рисунков, диаграмм, таблиц, фотоматериалов;
- уверенные ответы на вопросы;
- самостоятельное изучение теоретического материала.

Перечень тем рефератов

По одной из ниже перечисленных стран мира студент в реферате освещает следующие вопросы: визовые формальности; таможенные формальности; валютные формальности; порядок провоза образцов флоры и фауны; медико-санитарные формальности и разрабатывает памятку для туристов, посещающих данную страну по образцу.

1. Туристские формальности Австралии.
2. Туристские формальности Австрии.
3. Туристские формальности Аргентины.
4. Туристские формальности Бразилии.
5. Туристские формальности Болгарии.
6. Туристские формальности Великобритании.
7. Туристские формальности Венгрии.
8. Туристские формальности Вьетнама.
9. Туристские формальности Германии.
10. Туристские формальности Доминиканской Республики.
11. Туристские формальности Египет.
12. Туристские формальности Израиля.

13. Туристские формальности Индии.
14. Туристские формальности Исландии.
15. Туристские формальности Испании.
16. Туристские формальности Китая.
17. Туристские формальности Кубы.
18. Туристские формальности Корейской Народно-Демократической Республики (КНДР).
19. Туристские формальности Латвии.
20. Туристские формальности Малайзии.
21. Туристские формальности Непала.
22. Туристские формальности Новой Зеландии.
23. Туристские формальности Норвегия.
24. Туристские формальности Объединенных Арабских Эмиратов (ОАЭ).
25. Туристские формальности Польши.
26. Туристские формальности Португалии.
27. Туристские формальности Республики Корея.
28. Туристские формальности Сербии.
29. Туристские формальности Сирии.
30. Туристские формальности Словакии.
31. Туристские формальности Словении.
32. Туристские формальности США.
33. Туристские формальности Турции.
34. Туристские формальности Таиланда.
35. Туристские формальности Украины.
36. Туристские формальности Филиппин.
37. Туристские формальности Финляндии.
38. Туристские формальности Франции.
39. Туристские формальности Хорватии.
40. Туристские формальности Чехии.
41. Туристские формальности Швейцарии.
42. Туристские формальности Швеции.
43. Туристские формальности Южно-Африканской Республики.
44. Туристские формальности Японии.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения лекционных занятий необходима аудитория, оснащенная мультимедийным проектором.

Для проведения лабораторных занятий - аудитория, оснащенная мультимедийным проектором, персональными компьютерами на рабочих местах студентов с выходом в Интернет.

«В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованные портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной системы».



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

**по дисциплине «Основы туристкой деятельности»
Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело
Форма подготовки: очная**

**Владивосток
2017**

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/ сроки выполне- ния	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	задания 1, 2 (сентябрь - октябрь)	Изучение теоретической части темы, поиск сведений о количественных и качественных показателях работы, проведение сравнительного анализа турфирм, подготовка к защите заданий, подготовка файлов, подготовка к обсуждению тем докладов	16 часов	Проверка наличия лекций, файлов, выполнение заданий и их защита, прохождение теста, активное участие в обсуждении вопросов по темам занятий и заданий, докладов
2	задания 3- 6 (октябрь- ноябрь)	Изучение теоретической части темы, подготовка к тестированию, подготовка к обсуждению тем докладов групп, подготовка к заданиям	20 часов	Проверка наличия лекций, файлов, выполнение заданий и их защита, прохождение теста, активное участие в обсуждении вопросов по темам занятий и заданий, докладов
3	задания 7, 8 (ноябрь - декабрь)	Изучение теоретической части темы, подготовка к тестированию, подготовка к практической работе, подготовка к обсуждению тем докладов групп, подготовка к заданиям	36 часов	Проверка наличия лекций, файлов, прохождение теста, выполнение группового творческого задания, активное участие в обсуждении вопросов по темам занятий и заданий, докладов
ИТОГО		-	72 часов	-

Контрольные работы (Раздел 1.)

Тема 1. Организация управления туристскими комплексами в России.

1. Виды и типы гостиничного и комплексного туристского обслуживания, применяемые при работе с туристами (А-И).
2. Методы организации гостиничного и комплексного туристского обслуживания (Л-Ф).
3. Мультипликативное воздействие туризма на экономику (Х-Я).

Тема 2. Организация обслуживания клиентов: классификация групп клиентов; анализ потребностей клиентов.

1. Организация обслуживания туристов в гостиницах (А-Ё).
2. Организация транспортного обслуживания туристов (Ж-М).
3. Организация экскурсионного обслуживания туристов (Н-Т).
4. Организация обслуживания туристов в сфере клубного отдыха (У-Ч).
5. Организация анимационных услуг в сфере туризма (Ш-Я).

Тема 3. Структура туризма. Составляющие индустрии туризма.

1. Туристские предприятия и их формы (А-Ё).
2. Классификация и виды туроперейтинга и туроператора (Ж-М).
3. Типология гостиничных предприятий в мировой практике индустрии туризма (Н-Т).
4. Транспорт как средство обеспечения туристской деятельности (У-Ч).
5. Услуги питания в туризме (Ш-Я).

Тема 4. Виды и формы туризма.

1. Семейный туризм как форма досуговой деятельности (А-Е).
2. Специальные виды туризма (Ё-К).
3. Организация безопасности спортивного туризма (Л-П).
4. Влияние религиозного и паломнического туризма на политическую стабильность в международном пространстве (Р-Ф).
5. Организация внутреннего туризма (Х-Щ).
6. Работа туристской фирмы по организации зарубежных поездок (Э-Я).

Тема 5. Природные и культурные ресурсы туризма и охрана окружающей среды в России.

1. Проблемы и перспективы развития туризма в Приморском крае (Ф - И).
2. Туристско-рекреационное районирование России (Л-Ф).
3. Характеристики категорий ООПТ (Х-Я).

Тема 6. Структура цены на туристский продукт и факторы, влияющие на ее уровень.

1. Формирование цены турпродукта (А-Ж).
2. Характеристика ценовых стратегий в туризме (З-П).
3. Факторы влияния на туристский потребительский спрос (Р-Ч).
4. Финансовая устойчивость туристского предприятия в конкурентной среде (Ш-Я).

Тема 7. Характеристика рекреационных зон России.

1. Классификация туристских зон и районов России (А-Ё).
2. Управление экологическими гостиничными комплексами (Ж-М).
3. Экологический гостиничный комплекс: определение, характеристика (Н-Т).
4. Система размещения В&В: определение, классификация, условия создания (У-Ч).
5. Районирование и зонирование территории. Практика их применения в целях туризма в России и на Дальнем Востоке (Ш-Я).

Рефераты (Раздел 2)

Тема 1. Основные понятия и категории предмета

1. Турист как субъект туризма.
2. Роль туризма в мировой экономике.
3. Факторы развития туризма.
4. Туристские ресурсы как основа пространственной организации туризма.
5. Туристские центры и дестинации.
6. Особенности туристских услуг как товара.

Тема 2. Виды и формы туризма

1. Особенности организации туров (рекреационных, спортивных, свадебных, этнических и др. (на выбор)
2. Роль самодеятельного туризма в воспитании молодёжи.
3. Развитие экологического туризма в России.
4. Социальный туризм – содержание и экономические основы.
5. История и динамика развития религиозного и паломнического туризма.
6. Таймшер – перспективы мирового развития.

Тема 3. Особенности предоставления туруслуг

1. Методика количественной оценки рекреационного потенциала туристских центров.
2. Возможности экономического воздействия туризма.
3. Экономический менеджмент турагентства.

4. Влияние туризма на развитие потребительского спроса, увеличение доходов транспортных, развлекательных предприятий.

5. Банковские и финансовые услуги в развитии туристского бизнеса.

Тема 4. Регулирование туризма

1. Правовое и экономическое регулирование отношений в сфере туризма.

2. Роль государства и задачи государственной политики в развитии туризма.

3. Структура управления туристской отраслью в РФ.

4. Роль международных туристских организаций в развитии туризма.

5. Страхование в туризме.

Тема 5. Классификация туристских маршрутов и туров

1. Туристский продукт.

2. Классификация туристских маршрутов и туров по признакам сезонности, построения трассы, продолжительности путешествия.

3. Беспощинная торговля.

Тема 6. Туристская индустрия

1. Виды предпринимательской деятельности в туризме.

2. Роль информационных услуг в становлении и развитии туристской индустрии.

3. Тенденции развития гостиничного бизнеса в РФ и мире.

4. Характеристика лидирующих глобальных систем бронирования.

5. Организация услуг питания. Виды и типы обслуживания.

Тема 7. Факторы, обеспечивающие привлекательность туристской деятельности

1. Классификация факторов.

2. Факторы воздействия окружающей среды на развитие туризма в отдельных регионах мира (на выбор: политические, социально-экономические, природно-климатические, культурно-исторические, материально-технические, технологические, институциональные, структурно-организационные).

Рефераты (Раздел 3)

По одной из ниже перечисленных стран мира студент в реферате освещает следующие вопросы: визовые формальности; таможенные формальности; валютные формальности; порядок провоза образцов флоры и фауны; медико-санитарные формальности и разрабатывает памятку для туристов, посещающих данную страну.

1. Туристские формальности Австралии.

2. Туристские формальности Австрии.

3. Туристские формальности Бразилии.
4. Туристские формальности Болгарии.
5. Туристские формальности Великобритании.
6. Туристские формальности Венгрии.
7. Туристские формальности Вьетнама.
8. Туристские формальности Германии.
9. Туристские формальности Доминиканской Республики.
10. Туристские формальности Египет.
11. Туристские формальности Израиля.
12. Туристские формальности Индии.
13. Туристские формальности Испании.
14. Туристские формальности Китая.
15. Туристские формальности Кубы.
16. Туристские формальности Корейской Народно-Демократической Республики (КНДР).
17. Туристские формальности Малайзии.
18. Туристские формальности Новой Зеландии.
19. Туристские формальности Норвегия.
20. Туристские формальности Объединенных Арабских Эмиратов (ОАЭ).
21. Туристские формальности Польши.
22. Туристские формальности Португалии.
23. Туристские формальности Республики Корея.
24. Туристские формальности Сербии.
25. Туристские формальности Сирии.
26. Туристские формальности США.
27. Туристские формальности Турции.
28. Туристские формальности Таиланда.
29. Туристские формальности Филиппин.
30. Туристские формальности Франции.
31. Туристские формальности Хорватии.
32. Туристские формальности Чехии.
33. Туристские формальности Швейцарии.
34. Туристские формальности Швеции.
35. Туристские формальности Японии.

Практические занятия

Занятие 1. Основные понятия и категории предмета (4 час.)

План занятия:

1. Роль туризма в мировой экономике. Факторы развития туризма.
2. Туристский интерес.
3. Понятие инфраструктуры туристской отрасли.
4. Туристская услуга.
5. Туристские товары.

Вопросы и задания для предварительной самостоятельной подготовки:

1. Определите права и обязанности туриста согласно Кодексу туриста и Хартии туризма.

- найдите определение туризма и туристов по Кодексу;
- выделите основные права туриста;
- определите обязанности туриста на международном маршруте;
- определите обязанности власти мест временного пребывания в отношении туристов.

2. Почему туризм занимает важное место в межотраслевом балансе развитых стран?

3. Назовите главные тенденции развития туризма в России и мирового туризма.

4. Выделите основные факторы, влияющие на развитие туризма в России.

5. Дайте определение понятия «туристский продукт».

6. Назовите основные составляющие рынка туристских услуг, сегменты рынка.

Практическое задание:

После закрепления теоретического материала, обобщающего лекционный материал и результаты самостоятельной работы студентов по данной теме (30 мин.), студентам предлагаетсяделиться на группы (3-5 чел.). Каждой группе.

Домашнее задание:

Подготовить информацию по следующим вопросам:

1. Причины и факторы возникновения и развития туризма.
2. Функции, присущие туристскому отдыху.

Подготовить компьютерную презентацию:

3. Исторический экскурс в историю развития туризма

Занятие 2. Виды и формы туризма (2 час.)

План занятия:

1. Внутренний и международный туризм.
2. Национальный туризм.

3. Плановый туризм: групповой и индивидуальный. Самостоятельный туризм.
4. Социальный туризм.
5. Религиозный и паломнический туризм.
6. Экологический туризм
7. Таймшер.

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Рассмотрите и изучите особенности организации познавательных, экстремальных, экологических, деловых, обучающих, религиозных туров, туров на отдых, клубного отдыха и таймшера, событийного и саб-туризма.

Студентам предлагаетсяделиться на группы (3-5 чел.). Каждой группе выбрать по одному виду туризма и оформить сообщение на 3-4 страницах, подготовить компьютерную презентацию (8-10 слайдов).

Вопросы к обсуждению:

1. Масштабы экологического туризма и тенденции его развития в мире, отдельных его регионах и России.

2. Экономическое значение экологического туризма для отдельных стран.

3. Значение устойчивого туризма.

4. Социальный туризм: содержание и экономические основы.

5. Таймшер – перспективы мирового развития.

Домашнее задание:

1. Повторить основные понятия из Закон Приморского края от 10 февраля 2014 г. N 355-КЗ "О туризме и туристской деятельности на территории Приморского края"

2. Подготовиться к контрольной работе по экономической карте мира

3. Подготовить сообщение об устойчивом туризме.

4. Дополнить хронологию основных туристских событий с 2000 г. по 2014 г.

Занятие 3. Особенности предоставления туруслуг с использованием метода активного обучения - метод «круглого стола» (4 час.)

Эта группа методов включает в себя: различные виды семинаров и дискуссий. В основе этого метода лежит принцип коллективного обсуждения проблем, изучаемых в системе образования. Главная цель таких занятий состоит в том, чтобы обеспечить студентам возможность практического использования теоретических знаний в условиях, моделирующих форм деятельности научных работников. Метод «круглого стола» включает в себя проблемный семинар. Перед изучением раздела курса преподаватель предлагает обсудить проблемы, связанные с содержанием данного раздела,

темы. Накануне студенты получают задание отобрать, сформулировать и объяснить проблемы. Во время семинара в условиях групповой дискуссии проводится обсуждение проблем. Метод проблемного семинара позволяет выявить уровень знаний студентов в данной области и сформировать стойкий интерес к изучаемому разделу учебного курса.

План занятия:

1. Программа обслуживания.
2. Планирование туров.
3. Технология формирования туров.
4. Экономический менеджмент турфирм.
5. Ценообразование в туризме. Качество турпродукта.

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Как рождается идея нового туристского продукта?
2. Разработайте предложения по формированию программы его внедрения на рынок.
3. Какие условия необходимы для его коммерческого успеха?
4. Почему разработка и внедрение на рынок нового туристского продукта содержат значительный риск? Каким образом его можно уменьшить?
5. Дайте анализ приведенной выше ситуации с позиций структуры туристского продукта.
6. Приведите примеры событийных мероприятий в России. Что необходимо сделать, чтобы они привлекали многочисленных туристов?
7. Предложите турпродукт, наиболее привлекательный, на ваш взгляд, для жителей крупных городов.

Практическое задание:

1. Опишите экономический механизм туристского предприятия.
2. Охарактеризуйте основной и оборотный капитал туристского предприятия, определите источники его финансирования.

Домашнее задание:

1. Разработайте программу тура в один из регионов России, который включал бы участие в событийном мероприятии. На какие группы туристов мог бы быть ориентирован подобный туристский продукт?

Занятие 4. Регулирование туризма (2 час.)

План занятия:

1. Законодательная и нормативная база туристской деятельности. Туристская политика.
2. Защита потребителя туристских услуг на государственном уровне.

3. Международное и государственное регулирование туризма. Роль государства в развитии туристской индустрии.

4. Международные и национальные туристские организации.

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Назовите органы управления туристской отраслью в РФ.

2. Перечислите экономические методы поддержки развития экологического туризма.

3. Перечислите задачи государственной политики в сфере туризма в РФ.

Домашнее задание для групп студентов:

1. Провести сравнительный анализ деятельности 10 самых крупных туроператоров по плану:

- история образования компании;
- фирменный стиль компании;
- вид туризма (въездной, выездной, внутренний);
- структура сайта;
- предлагаемые туры;
- турагентства, имеющие агентские договоры с туроператором.

2. Выбрать по одному субъекту федерации из всех федеральных округов и описать их по плану:

- основные виды туризма, развивающиеся в этом регионе;
- объекты туристской деятельности;
- поддержка регулирующих органов программами развития туризма.

Тема 5. Туристская индустрия (4 час.)

План занятия:

1. Составляющие туристской индустрии.
2. Развлечения и система аттракций.
3. Страхование.
4. Банковские и финансовые услуги.
5. Информационные услуги.
6. Тенденции развития гостиничного бизнеса в РФ и мире.
7. Организация услуг питания.

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Укажите способы продвижения туристской индустрии.

2. Докажите важность инфраструктуры и суперструктуры.

Семинарское занятие:

Доклады по темам, выбранным студентами в начале семестра.

Домашнее задание:

1. Назовите главные причины концентрации туристского рынка.

2. Охарактеризуйте основные формы концентрации производства в туристской индустрии.

3. Каковы тенденции изменения рыночной концентрации в туризме?

Чем объясняется широкое распространение системы франчайзинга в международном гостиничном бизнесе?

4. В чем состоит отличие американской модели организации и управления гостиничным бизнесом от европейской и азиатской?

5. Назовите всемирно известные торговые марки на рынке гостиничных услуг.

6. Какое влияние оказывают процессы глобализации на индустрию туризма?

7. Какие формы экстремальных анимационных услуг могут использоваться в современном туризме?

8. Каким образом организуется анимационная работа с детьми?

Занятие 6. Рекреационное районирование России (2 час.)

План занятия:

1. Характеристика рекреационных зон.

2. Современное состояние и перспективы развития туризма в РФ.

3. Ресурсы и материальная база туризма.

Вопросы для самостоятельной подготовки:

1. Курортные зоны и туристские центры Приморского края.

2. Туристско-рекреационный потенциал, центры международного туризма в России.

3. Национальные парки Приморского края как форма сочетания природоохранных и туристских функций.

Практическое задание:

1. Экспресс-контрольная работа по вопросам программы дисциплины.

Домашнее задание:

1. Какие виды туризма по «цели посещения» наиболее востребованы в Приморском крае?

2. Укажите основные факторы, способствующие и, наоборот, препятствующие развитию туризма в регионах России.

3. Изобразите схематичную карту расположения туристских объектов по территории районов Приморского края, используя условные обозначения, принятые в путеводителях.

4. Оцените климатический туристско-рекреационный потенциал территории для организации различных видов туризма.

5. Проанализируйте и оцените рекреационные ресурсы разных территорий и туристских центров России.

Дидактические материалы

1. Дискуссия «Роль путешествий как фактора социального и личностного освоения пространства, ведущего к развитию культурного «освоения» национального и мирового пространства»

Организационное занятие: - образование проектных групп (4-5 человек в команде) - изучение материалов по теме (см. статью)
Практическое занятие I этап - Мозговой штурм «Генерирование и отбор идей» (см. статью) II этап- создание итоговой концепции
Практическое занятие III этап-Защита/презентация концепции

2. Дискуссия «Особенности деятельности в туристской сфере»

Организационное занятие: - образование проектных групп (4-5 человек в команде) - изучение материалов по теме (см. статью)
Практическое занятие I этап - Мозговой штурм «Генерирование и отбор идей» (см. статью) II этап- создание итоговой концепции
Практическое занятие III этап-Защита/презентация концепции

Практические занятия (Раздел 3)

1 Темы и вопросы для обсуждения на семинарских занятиях

Семинар 1. Международные конференции по регулированию туризма.

- в. Гагагская конференция по туризму.
- с. Эстерсундская конференция по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях.
- д. Кадисский межпарламентский форум по туризму.
- е. Мадридский семинар ВТО по вопросам подготовки кадров для сферы туризма.

Семинар 2. Особенности современной российской паспортной системы и иные удостоверения в туризме.

- і. Конференция по международным путешествиям и туризму (Рим, 1963г.)

- ii. Паспорт: общегражданский паспорт, дипломатический паспорт, служебный паспорт, паспорт моряка (удостоверение личности моряка).
- iii. Международные водительские права.
- iv. Иные удостоверения личности в туризме и понятие «green-card».

Семинар 3. Визовые формальности.

1. ЮН ВТО (Всемирная туристская организация) об упрощении визовых формальностей.
2. Особенности визового и безвизового въезда
3. Порядок оформление визы.

Семинар 4. Таможенный контроль товаров, перемещаемых физическими лицами.

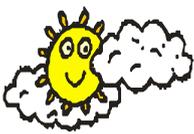
5. Таможенные платежи.
6. Таможенный досмотр.
7. Процедуры таможенного декларирования.
8. Таможенная декларация

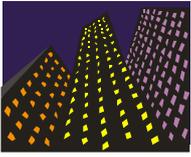
Семинар 5. Основные заболевания путешественников.

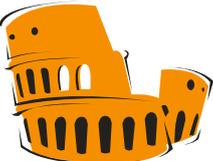
7. Малярия, натуральная оспа, холера, желтая лихорадка, чума.
8. СПИД и туризм.
9. Туризм и наркотики.
10. Венерические заболевания и туризм.
11. Международные медико-санитарные правила
12. Аптечка турлидера.

Практическое задание 2. Составьте памятку для туриста, который уезжает в одну из стран ближнего или дальнего зарубежья (страна по выбору) по предупреждению заболеваний.

Практическое задание 3. Составьте памятку для туриста, выезжающего в _____

Общие сведения	
Климат 	
Население 	
Язык 	

<p>Религия</p> 	
<p>Таможенный контроль</p> 	
<p>Транспорт</p> 	
<p>Аэропорт</p> 	
<p>Отель</p> 	
<p>Кухня</p> 	
<p>Чаевые</p> 	
<p>Часы работы учреждений</p> 	
<p>Праздничные и</p>	

<p>нерабочие дни *</p>	
<p>Телефон/Связь</p> 	
<p>Здравоохранение</p> 	
<p>Страхование</p> 	
<p>Преступность/Безопасность</p> 	
<p>Достопримечательности</p> 	
<p>Время</p> 	
<p>Деньги</p> 	
<p>Банки</p>	

	
<p>Электричество</p> 	
<p>Покупки и сувениры</p> 	
<p>Посольство /Консульство</p> 	
<p>Полезная информация</p> 	

Тема. Виды и формы туризма

Вопросы для самопроверки

1. Перечислите все известные Вам виды туризма.
2. Охарактеризуйте основные виды туризма, выделяемые на основе целей путешествия.
3. Назовите основные функции социального воздействия туризма.

Тема. Организационные основы туристской индустрии

Вопросы для самопроверки

1. Дать определение туристским предприятиям.
2. Перечислите классификации и виды туроператора.
3. Выбрать и описать по 3 крупных туроператоров мира с презентацией их сайтов

Тема. Особенности предоставления туруслуг

Вопросы для самопроверки

1. Перечислите этапы проектирования программы обслуживания на маршруте.

2. Какие факторы влияют на потребительский спрос?

3. Как происходит формирование цены турпродукта?

4. Какие факторы влияют на качество турпродукта?

5. Охарактеризуйте ценовые стратегии в туризме

6. Решить задачи

6.1 Полные затраты на производство услуги составляют 5500 руб.

Норматив рентабельности к издержкам, установленный планом, составляет 15%. Определите цену на услугу.

Формула расчета: $P = C * (1 + r)$,

где P – цена услуги;

C – себестоимость услуги (средние полные издержки единицы услуги);

r – норматив рентабельности к средним полным издержкам.

6.2 Исходные данные:

Турфирма оказывает одну услугу. Средние переменные издержки на ее производство и реализацию составляют 3000 руб. Цена единицы туруслуги равна 4500 руб. Постоянные издержки составляют 400000 руб.

Рассчитайте, какую прибыль получит турфирма при реализации 1 тыс., 3 тыс. и 5 тыс. единиц этой услуги.

Формула расчета:

$C_{РВПОКР} = C_{УСЛ} - C_{РПЕРИЗД}$,

где $C_{РВПОКР}$ – средняя величина покрытия;

$C_{УСЛ}$ – цена услуги;

$C_{РПЕРИЗД}$ – средние переменные издержки.

$C_{СУМПОКР} = C_{РВПОКР} * V_{ПРЕДУСЛ}$,

где $C_{СУМПОКР}$ – сумма покрытия;

$C_{РВПОКР}$ – средняя величина покрытия;

$V_{ПРЕДУСЛ}$ – количество единиц услуги.

$П_{ПРИБ} = C_{СУМПОКР} - C_{ПОСТИЗД}$,

где $П_{ПРИБ}$ – прибыль;

$C_{ПОСТИЗД}$ – сумма постоянных издержек.

Исходные данные:

Турфирма оказывает одну услугу. Ее деятельность характеризуется следующими данными:

Показатели	(тыс. руб.)
выручка от реализации	20000
переменные издержки	1500
постоянные издержки	4000
прибыль	?

Определить пороговую выручку.

$$C_{РВПОКР} = C_{УСЛ} - C_{РПЕРИЗД},$$

где $C_{РВПОКР}$ – средняя величина покрытия;

$C_{УСЛ}$ – цена услуги;

$C_{РПЕРИЗД}$ - средние переменные издержки.

$$C_{СУМПОКР} = C_{РВПОКР} \times V_{ПРЕДУСЛ},$$

где $C_{СУМПОКР}$ – сумма покрытия;

$C_{РВПОКР}$ - средняя величина покрытия;

$V_{ПРЕДУСЛ}$ – количество единиц услуги

$$K_{ПОКР} = \frac{C_{РВПОКР}}{C_{УСЛ}} ;$$

где $K_{ПОКР}$ – коэффициент покрытия;

$C_{РВПОКР}$ - средняя величина покрытия;

$C_{УСЛ}$ – цена услуги;

пороговая выручка - это отношением постоянных издержек к коэффициенту покрытия.

Тема. Регулирование туризма

Тема. Классификация туристских маршрутов и туров

Вопросы для самопроверки

1. Каково экономическое и политическое значение туризма?
2. В чем заключается сущность гуманитарного воздействия туризма?
3. Приведите примеры негативного и позитивного воздействия туризма.
4. Какие выделяют виды и категории туризма?
5. Расскажите о классификации путешествующих лиц, предложенной специалистами ЮНВТО
6. Как вы думаете, почему туристов, прибывающих в портовый город на круизных судах, нередко учитывают как экскурсантов, даже если они пребывают там несколько дней подряд?
7. Расскажите о существующих классификациях и типологиях туристов.
8. Перечислите основные права и обязанности туристов, а также наиболее распространенные случаи их нарушения и невыполнения.

Тема Туристская индустрия

Вопросы для самопроверки

1. Как обеспечивается безопасность во время путешествий: российский и международный опыт?
2. Изложить суть обязательного и добровольного страхования туристов.
3. Какие современные тенденции развития туристского бизнеса оказывают на деятельность: корпораций, гостиничных цепей, таймшера?
4. Какие интеграционные процессы в туристском бизнесе напрямую или косвенно связаны с деятельностью банковских, страховых, транспортных и других компаний.
5. За сколько суток проживания должен заплатить гость:
 - а) заезд 1 января в 8.00, выезд 6 января в 18.00
 - б) заезд 15 мая в 18.00, выезд 26 мая в 10.00
 - в) заезд 10 июня в 20.00, выезд 17 июня в 7.00
 - г) заезд 27 августа в 2.00, выезд 3 сентября в 19.00
6. Составьте в виде таблицы типологию предприятий общественного питания и дайте им письменно полные характеристики. Особое внимание уделите предприятиям питания, функционирующим при гостиницах.
7. Перечислите службы гостиницы

Тема. Факторы, обеспечивающие привлекательность туристской деятельности

Вопросы для самопроверки

1. Какие факторы влияют на развитие туризма?
2. Какие факторы влияют на расширение географии туризма?
3. Факторы, влияющие на производство туристского продукта
4. Взаимосвязь условий осуществления туристского бизнеса и факторов, влияющих на производство туристского продукта.
5. Качество туристского продукта: определение и составные компоненты.
6. Факторы воздействия окружающей среды. на развитие туризма в отдельных регионах мира.
7. Физические перегрузки и нервно-психические факторы в турпоездках.
8. Факторы, определяющие качество туристского продукта.

Тема Безопасность в путешествии

Вопросы для самопроверки

1. Охарактеризуйте понятие «безопасность туризма».

2. Назовите факторы риска в туризме.

Тема. Региональный туризм

Вопросы для самопроверки

1. Есть ли разница в понятиях «экологический туризм» и «аграрный туризм»?

2. В чем вы видите основные факторы воздействия туризма на экономику региона?

3. Как туризм влияет на развитие отраслей, выпускающих предметы потребления?

4. Какие проблемы возникают в регионе с развитием туризма ?

5. Назовите функции социального воздействия туризма ?

6. В чем вы видите влияние туризма на повышение уровня жизни населения ?

7. Перечислите мировые регионы и центры экологического туризма.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Основы туристской деятельности»
Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело
Форма подготовки очная

Владивосток
2017

**Паспорт
фонда оценочных средств
по дисциплине «Основы туристской деятельности»**

Зачетно-экзаменационные материалы

(оценочные средства по промежуточной аттестации и критерии оценки)

Контроль усвоения знаний по дисциплине помимо вопросов итогового контроля включает промежуточные контрольные тесты.

Тест-контроль по курсу «Организация туристской деятельности» содержит вопросы, объединенные по модулям:

Оценка «отлично» ставится за ответ на 90% предлагаемых вопросов; «хорошо» - более 75%; «удовлетворительно» - 60%.

Промежуточное тестирование позволяет выявить вопросы, недостаточно усвоенные студентами и дополнительно проработать их.

Тестовые задания (Раздел 1)

1. Самодеятельный туризм представляет собой:

а) временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в другую страну, с целью удовлетворения своих собственных интересов, без помощи посторонних юридических лиц или индивидуального предпринимателя;

б) гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки;

в) путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно.

2. К экстенсивным факторам, влияющим на рост туризма, относятся:

а) повышение уровня образования, культуры, эстетических потребностей населения;

б) изменения политического и правового регулирования; технологические изменения; развитие транспортной инфраструктуры и торговли, а также изменение условий безопасности путешествий;

в) рост численности работников, увеличение количества вовлекаемых в хозяйственный оборот материальных ресурсов, строительство новых объектов туризма с техническим уровнем существующих;

г) повышение квалификации персонала, развитие профессионально-квалификационной структуры, техническое совершенствование материальной базы, индустриализации, технологизации и компьютеризации туризма, рациональное использование имеющихся материальных ресурсов, объектов и маршрутов и т.д.

3. По географическому признаку принято выделять туризм:

- а) внутренний и международный;
- б) социальный и индивидуальный;
- в) самодеятельный;
- г) выездной и въездной.

4. Международный туризм является крупнейшей экспортной отраслью уступая при этом:

- а) лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению;
- б) лишь обрабатывающей промышленности и сельскохозяйственным отраслям;
- в) занимает первое место среди всех вышеперечисленных отраслей.

5. К конгрессному туризму принято относить:

- а) поездки с целью установления или поддержания деловых контактов с различными партнерами;
- б) туристские поездки с целью участия в различных мероприятиях, в том числе в конференциях, симпозиумах, съездах и т.д.

6. Функции, связанные с контролем за соблюдением государственных интересов в области туристических индустрий, выполняют ведомства:

- а) Государственный таможенный комитет (ГТК);
- б) Российское агентство международного сотрудничества и развития (РАМСИР);
- в) Министерство РФ по сотрудничеству с государствами-участниками СНГ;
- г) Все вышеперечисленные ведомства.

7. Повышения эффективности деятельности туристической фирмы достигается за счет:

- а) осуществления маркетинговых мероприятий;
- б) повышения конкурентоспособности туристского продукта и услуг на рынках въездного и выездного туризма;
- в) тщательного изучения рынков сбыта туристических услуг для выработки стратегии организации по их удержанию;
- г) все вышеперечисленное.

8. Международный туризм затрагивает интересы государства, поскольку данный бизнес:

- а) отмечен высокой прибыльностью осуществления;
- б) связан с пересечением государственной границы;
- в) связан с проблемой «утечки мозгов» за рамки государства.

9. Самой влиятельной организацией, занимающейся общими вопросами международного туризма является:

- а) Всемирная торговая организация (ВТО);
- б) Всемирная туристическая организация (ВТО);
- в) Всемирная транспортная организация (ВТО).

10. Проблема взаимодействия туризма и окружающей среды рассматривается на предмет:

- а) охраны природы от туризма;
- б) охраны природы для туризма;
- в) охраны природы с помощью туризма;
- г) все вышеперечисленное имеет место.

11. В России туризм представляет собой:

- а) отрасль, входящую в стадию зрелости;
- б) отрасль, находящуюся на стадии спада;
- в) развивающуюся отрасль.

12. Специфика туристского бизнеса заключается в:

- а) необходимости пересечения национальных границ государства;
- б) комплектации турпродукта из различных сервисов: транспорта, питания, размещения, консульских служб и т.п.
- в) необходимости посещения древних памятников архитектуры, музеев и галерей;
- г) комплексной реализации культурной и экономической вовлеченности туристов.

13. Таймшер — это:

- а) бронирование номеров в дорогом отеле за границей;
- б) покупка долгосрочного права на отдых;
- в) покупка акций туристической компании, дающая право на бесплатный тур в течение года.

14. Основной привлекательной чертой автобуса по сравнению с другими видами транспорта долгое время оставалась:

- а) высокий уровень комфорта;
- б) более низкая стоимость проезда;
- в) высокие скорости передвижения;

г) возможность посмотреть большое количество достопримечательностей.

15. Основными факторами, влияющими на цену морского круиза являются:

- а) продолжительность круиза и сезон;
- б) расположение и размер каюты;
- в) оснащенность корабля и программы отдыха;
- г) все ответы верны.

16. Современная авиация, используемая туристами, подразделяется на:

- а) транспортную авиацию и авиацию общего назначения;
- б) гражданская, сельскохозяйственная и военная авиация;
- в) тяжелая, средняя и легкая авиация;
- г) все ответы верны.

17. Характеристика, присущая туристским услугам, которую необходимо учитывать при разработке маркетинговых программ:

- а) непостоянство качества;
- б) неопределенность;
- в) быстрота потребления;
- г) специфичность.

18. Национальные туристские администрации выполняют, как правило, следующие основные функции:

- а) продвижение национального туристского продукта; научно-исследовательская деятельность; регулирование туристской деятельности;
- б) лицензирование туристского бизнеса; планирование туризма; обучение персонала;
- в) эксплуатация курортов; содействие увеличению туристских возможностей государства; продвижение национального туристского продукта;
- г) все ответы верны.

19. Практическая деятельность туристической фирмы как торгового агента обусловлена:

- а) приобретением в собственность путевок других туристских фирм, добавляя к ним собственные услуги, перепродажей их туристам;
- б) приобретением в собственность путевок других туристских фирм и, не добавляя к ним собственных услуги, перепродажей их туристам;
- в) выпуск собственных путевок с включением в них различных зрелищных и культурных мероприятий только на территории отдыха.

20. Общим условием функционирования туристских фирм является:

- а) получение лицензии на деятельность по международному туризму;
- б) аккредитация Государственного комитета по торговле;
- в) необходимое участие в Хартии российских предпринимателей.

21. Обоснование эффективности функционирования туристических фирм проводится на основе оценки:

- а) дохода от реализации туруслуг;
- б) получаемой выручки;
- в) полученного маржинального дохода.

22. Восстановление физических и духовных сил человека посредством отдыха – это:

- а) туристическая индустрия;
- б) рекреация;
- в) туристический продукт;
- г) туризм.

23. Объединение независимых гостиниц для проведения маркетинговых исследований, приобрести оборудование для общего пользования:

- а) франчайзинг;
- б) консорциум;
- в) пул.

24. Покупка места отдыха (квартиры) на одну – две недели:

- а) таймшер;
- б) аренда;
- в) комитмент.

25. Природоохранные учреждения, территории которых включают природные комплексы и объекты, имеющие особую экологическую, историческую и эстетическую ценность, предназначенные для использования в природоохранных, рекреационных, просветительских, научных и культурных целях – это:

- а) заповедники;
- б) заказники;
- в) национальные парки;
- г) природные парки.

26. Путешествия в пределах Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации:

- а) туризм самостоятельный;

- б) туризм внутренний;
- в) туризм въездной;
- г) туризм социальный.

27. К какому виду туризма Вы отнесете поездку, главной целью которой является решение профессиональных задач:

- а) рекреационный;
- б) деловой;
- в) медицинский.

28. Дестинация – это:

- а) туристский комплекс;
- б) туристский регион;
- в) другая местность (страна), отличная от места постоянного;
- г) проживания туриста.

29. Путешествие с использованием активных способов передвижения, это:

- а) организованный туризм;
- б) неорганизованный туризм;
- в) самодеятельный туризм.

30. Туристский потенциал территории включает: (3 ответа)

- а) туристические ресурсы;
- б) туристская инфраструктура;
- в) дестинации;
- г) туристские товары и услуги;
- д) туристская индустрия.

31. К туристско-рекреационным ресурсам относятся: (5 ответов)

- а) природные;
- б) исторические;
- в) социокультурные;
- г) материально-технические;
- д) трудовые;
- е) политические;
- ж) этно-демографические.

32. К общим свойствам туристских ресурсов относятся: (3 ответа)

- а) историчность;
- б) территориальность;
- в) организующая роль;
- г) аттрактивность;
- д) изменчивость.

33. Объекты туристского интереса – это: (3 ответа)

- а) достопримечательности;
- б) природные объекты;
- в) социокультурные объекты показа;
- г) инфраструктура туризма;
- д) индустрия туризма.

34. Виды туристских маршрутов: (4 ответа)

- а) линейные;
- б) кольцевые;
- в) радиальные;
- г) комбинированные;
- д) сложные;
- е) простые;
- ж) обычные.

35. Туристская дестинация проходит три стадии развития:

- а) зарождение;
- б) активное развитие;
- в) насыщение и стабилизация;
- г) упадок.

36. Выделите три группы факторов, оказывающих влияние на сезонность туристского бизнеса:

- а) особенности вида туризма;
- б) особенности труда и отдыха потребителей;
- в) природно-климатические особенности региона;
- г) предпочтения потребителей;
- д) паспортно-визовый режим территории.

37. Турист это индивидуум:

- а) путешествующий с целью развлечения, по семейным причинам, по состоянию здоровья и другим подобным причинам;
- б) выбирающий страну в качестве места постоянного проживания;
- в) путешествующий с целью принятия участия в различных встречах или как представители (участники);
- г) путешествующий с профессиональными целями;
- д) приезжающий в страну назначения для обучения;
- е) достигающий гавани страны на круизном судне, даже если период его пребывания в стране менее 24 часов.

38. В понятие «турист» не входят индивидуумы:

- а) приезжающие в страну с или без контракта, на работу и имеющие возможность работать и отдыхать;
- б) выбирающие страну в качестве места постоянного проживания;

в) посетители, которые осуществляют по меньшей мере одну ночевку в средстве размещения в стране;

г) проживающие в приграничных зонах в стране и работающие в соседней стране.

39. Всемирная туристская организация предложила путешественников всех типов, занимающихся туризмом определять как:

- а) туристов;
- б) путешественников;
- в) посетителей;
- г) экскурсантов.

40. Отличительные особенности услуги как продукта: (4 ответа)

- а) неосвязаемость услуги;
- б) непрерывность услуги;
- в) неразрывность производства и потребления;
- г) необходимость услуги;
- д) непостоянство качества;
- е) несохранность услуги.

41. Туристский пакет включает обязательно:

- а) дестинацию;
- б) визирование;
- в) средства доставки – транспорт;
- г) места размещения и питание;
- д) развлечения;
- е) медицинская страховка;
- ж) трансферт;
- з) внутренние билеты до места отправления.

42. Туристской деятельностью является:

а) туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий;

б) деятельность 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.

в) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем

43. Согласно Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туризм это:

а) особая форма передвижения-людей по маршруту с целью посещения конкретного объекта или удовлетворения специализированного интереса;

б) временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания;

в) сегмент рынка, в котором сходятся предприятия традиционных отраслей хозяйства (транспорт, общественное питание, гостиничное хозяйство, культура, торговля и т.д.) с целью предложения своей продукции и услуг потребителям.

44. На какие три вида ВТО классифицировала туризм:

а) в пределах страны, выездной и въездной;

б) международный, национальный, в пределах страны;

в) внутренний, выездной и въездной.

45. Какой из перечисленных видов туризма является более привлекательным с точки зрения повышения доходов страны:

а) международный;

б) в пределах данной страны;

в) национальный.

46. Выберите неверное утверждение - В определение туриста входят следующие индивидуумы:

а) путешественники или транзитные пассажиры, едущие без остановки, время пребывания которых при проезде через страну занимает больше 24 часов;

б) достигающие гавани страны на круизном судне, период пребывания которых в стране меньше 24 часов;

в) путешествующие с целью принятия участия в различных встречах или как представители (участники).

47. По классификации МСОТО к посетителям относятся:

а) рабочие, которые проживают в приграничных районах страны и работают в соседней стране;

б) транзитные пассажиры, которые не покидают транзитной зоны аэропорта или порта, включая переезды между аэропортами и портами; лица, которые осуществляют по меньшей мере одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения в посещаемой стране;

в) люди, которые не имеют постоянного места проживания.

48. К сопутствующему туристскому продукту относятся: (Выберете неверное)

- а) оформление визы;
- б) оформление договора на тур. обслуживание;
- в) прокат автомобиля в стране пребывания.

49. К вторичным предприятиям, производящих продукты и услуги для туристов относятся предприятия:

а) предназначенные непосредственно для обслуживания туристов (санатории, пансионаты, турбазы и т.п.). В условиях замкнутого туристского и курортного центра почти все предприятия, находящиеся на данной территории, относятся к этой категории;

б) предназначенные для обслуживания преимущественно туристов, хотя их услугами могут пользоваться и местные жители (предприятия общественного питания, культурные заведения и т.п.);

в) предназначенные для обслуживания местных жителей, но их услугами также могут пользоваться для удовлетворения своих потребностей и туристы (общественный транспорт, почта и т.п.).

50. Турпакет это:

- а) это места размещения и питания;
- б) это путевка, выдаваемая туристу после заключения договора на туристское обслуживание;
- в) совокупность различного рода услуг по обслуживанию туристов.

51. Что такое мотивы туризма:

- а) интенсивность посещения дестинации;
- б) психологические и физические потребности людей;
- в) уровень благосостояния населения.

52. Для чего необходима оценка интенсивности посещения дестинации:

- а) для определения разнообразных форм туризма;
- б) для привлечения потока туристов;
- в) для улучшения туристской политики и определения перспективных направлений развития данной территории как дестинации.

53. Осязаемые туристские продукты – это:

- а) снаряжение;
- б) услуги гостеприимства;
- в) сувениры;
- г) развлечения.

54. Неизменными составляющими тура являются:

- а) размещение;

- б) питание;
- в) транспортное обслуживание;
- г) экскурсии.

55. На принятие решения о потреблении влияют факторы.

Отметьте те из них, которые относятся к экзогенным:

- а) персональный доход;
- б) физические факторы;
- в) социальные обстоятельства;
- г) экономические обстоятельства.

56. Рынок, который охватывает туристов, путешествующих в одиночку, самостоятельно планирующих свой маршрут, называется:

- а) индивидуальный туристский рынок;
- б) популярный туристский рынок;
- в) массовый туристский рынок;
- г) международный туристский рынок.

57. Расходы, которые связаны с удовлетворением туристских нужд и желаний в процессе транспортировки, называются:

- а) дополнительные расходы;
- б) видимые расходы;
- в) невидимые расходы.

58. Индустрия гостеприимства – это:

- а) индивидуальное предприятие, оказывающее определенный вид услуг;
- б) предприятие, оказывающее услуги только по приему гостей;
- в) совокупность предприятий, оказывающих различные услуги по приему и обслуживанию гостей.

59. Верно ли утверждение, что:

- а) дополнительные средства размещения способствуют развитию внутреннего туризма (да, нет);
- б) дополнительные средства размещения способствуют понижению разнообразия услуг (да, нет);
- в) дополнительные средства размещения понижают приток туристов в дестинацию (да, нет);
- г) разгружают переполненные гостиницы в период наибольшей активности – в туристский сезон (да, нет).

60. В Европе преобладают туристские потоки:

- а) с деловыми целями;
- б) с лечебно-оздоровительными целями;
- в) с целью отдыха и развлечений;

г) религиозными целями.

61. Выберите правильное утверждение:

а) для Европы характерно широтная направленность туристских потоков;

б) в Европе получил развитие обмен туристами между бывшими метрополиями и колониями;

в) интенсивному внутриевропейскому обмену способствует неразвитая сеть наземных транспортных коммуникаций.

62. Документ, подтверждающий факт передачи туристского продукта:

а) туристская путевка;

б) туристский ваучер;

в) туристская виза;

г) договор о туристском обслуживании.

63. Комплекс услуг, включающий размещение, перевозку, питание туристов, экскурсионные услуги, услуги гида-переводчика и/или другие услуги, предоставляемые туристам в зависимости от целей их путешествия, – это:

а) туристский продукт;

б) туристское обслуживание;

в) тур;

г) туристские товары и услуги.

64. Путешествия россиян по своей стране – это туризм:

а) внутренний;

б) международный;

в) выездной.

65. Туристские ресурсы – это:

а) рекреационные ресурсы;

б) материально-технические ресурсы;

в) природные, географические, историко-культурные ресурсы;

г) географические, природно-климатические, историко-культурные ресурсы и инфраструктура.

66. Какую систему питания предлагают своим клиентам российские санатории:

а) только завтрак;

б) полупансион;

в) полный пансион;

г) все включено.

67. Какие средства размещения относятся к нетрадиционным:

- а) горные шале;
- б) охотничьи домики;
- в) бунгало;
- г) средневековые замки;
- д) подводные лодки;
- е) ледяные отели.

68. Виды туристских маршрутов:

- а) линейные;
- б) кольцевые;
- в) радиальные;
- г) комбинированные;
- д) сложные;
- е) простые;
- ж) обычные.

69. Туристский потенциал территории включает:

- а) туристические ресурсы;
- б) туристская инфраструктура;
- в) дестинации;
- г) туристские товары и услуги;
- д) туристская индустрия.

70. Дестинация – это:

- а) туристский комплекс;
- б) туристский регион;
- в) другая местность (страна), отличная от места постоянного проживания туриста.

71. Что означает латинское слово «recreatio» (рекреация):

- а) лечение;
- б) восстановление;
- в) деятельность;
- г) путешествие.

(Раздел 2)

1. Что такое туроператор:

- а) Производитель туристского пакета;
- б) Туристская организация занимающаяся комплектацией туров, продает туры туристам или через туристские агентства;
- в) Нет верного ответа.

2. Основные различия между турагентством и туроператором:

- а) Отличий нет, так как турагентство и туроператор выполняют одинаковые функции;

б) Основное предназначение турагентства это реализация туров а туроператор при этом является производителем туров;

в) Главное отличие это финансовые гарантии.

3. Что такое инициативный и рецептивный туроперейтинг:

а) Инициативный туроперейтинг это организации которые владеют агентской сетью, а рецептивный туроперейтинг это организации которые не владеют агентской сетью;

б) Инициативные туроператоры это организации финансируемые из за рубежа, а рецептивные туроператоры это организации финансируемые только Россией;

в) Инициативные туроператоры это операторы отправляющие туристов зарубеж, а рецептивные туроператоры это операторы на приеме (принимающие стороны).

4. Две главные профессиональные задачи туроператора:

а) Производство и продажа турпакетов;

б) Производство и реклама турпакетов;

в) Нет верного ответа.

5. Может ли одна организация выполнять функции инициативного и рецептивного туроперейтинга:

а) Нет;

б) Да;

в) Нет верного ответа.

6. От чего зависит состав туристского пакета:

а) Состав зависит от запросов потребителя;

б) Состав зависит от кол-ва дней в туре;

в) Состав зависит от принимающей стороны.

7. Какие потребительские свойства туристского продукта:

а) Обоснованность, надежность, эффективность, целостность, полезность, безопасность;

б) Надежность, полезность и безопасность;

в) Нет верного ответа.

8. Какие три основные составляющие концепции гостеприимства:

а) Гуманитарная, коммерческая, информационная;

б) Экологическая, экономическая и гуманитарна;

в) Гуманитарная, эстетическая и коммерческая.

9. Психологические барьеры у туристов при принятии решения о приобретении тура:

а) Психологический барьер, экономический и культурный;

б) Физический, психологический, коммуникативный, экономический, культурный;

в) Нет верного ответа.

10. Что такое культурный шок:

а) Это состояние туриста после длительного перелета;

б) Воздействие на человека чужой культуры;

в) Нет верного ответа.

11. Факторы, которые влияют на приспособляемость туристов к чужой культуре:

а) Национальные особенности, возраст, пол, языковой барьер;

б) Национальные особенности, социально-экономическое положение, языковой барьер, возраст, пол, образование, личный туристский опыт;

в) Национальные особенности, образование, личный туристский опыт.

12. Какие бывают классы обслуживания:

а) Первый класс и второй класс обслуживания;

б) Бизнес класс и эконом класс;

в) Класс люкс, первый класс, туристский класс, экономический класс.

13. Что такое основные и дополнительные услуги:

а) Основным туристским продуктом является стандартный набор услуг, продаваемый в одном пакете. Дополнительные услуги это услуги, которые турист приобретает дополнительно к данному турпакету;

б) Основные услуги это – перелет, проживание, питание, трансфер и мед.страховка, а дополнительные услуги это визовое обслуживание и экскурсии;

в) Нет верного ответа.

14. Что такое пакет услуг:

а) Пакет услуг это туристский продукт;

б) Пакет услуг это произведенный туроператором туристский продукт состоящий из набора услуг: перевозки, размещения, питания, экскурсий;

в) Пакет услуг это перевозка и размещение.

15. Заказной тур это:

а) Формирование программы и состава услуг производится по желанию и при участии туриста;

б) Готовый турпакет который заказывает турист;

в) Заказной тур это заранее забронированный тур.

16. Инклюзив тур это (Inclusive tour):

а) Не стандартный тур;

б) Это тур с жестким, заранее спланированным набором услуг сориентированным на определенный вид отдыха или туризма;

в Это туры с нестандартным размещением - класса люкс.

17. Какие преимущества есть у инклюзив тур:

- а) Специальные авиационные тарифы именно для инклюзив тур;
- б) Неповторимость маршрута;
- в) Нет верного ответа.

18. Туристский пакет включает обязательно:

- а) дестинацию;
- б) визирование;
- в) средства доставки – транспорт;
- г) места размещения и питание;
- д) развлечения;
- е) медицинская страховка;
- ж) трансферт;
- з) внутренние билеты до места отправления.

19. Что включает в себя тур без сопровождения:

- а) Тур без сопровождения это тур по спланированному маршруту с предварительной оплатой перелета, проживания, трансфера и экскурсий;
- б) Тур без сопровождения не включает в себя дополнительную охрану по маршруту передвижения;
- в) Тур без сопровождения не включает в себя трансфер и экскурсии.

20. Какой процент прибыли закладывается туроператором в цену турпакета:

- а) От 30 % до 50 %;
- б) От 5 % до 20 %;
- в) От 10 % до 30 %.

21. Неизменными составляющими тура являются:

- а) размещение;
- б) питание;
- в) транспортное обслуживание;
- г) экскурсии.

22. Как определяется цена турпакета:

- а) В зависимости от конкурентов;
- б) Затраты на покупку услуг, расчетная величина на покрытие других расходов, процент прибыли;
- в) Цена турпакета определяется контрактными ценами на покупку услуг.

23. Турпакет это:

- а) это места размещения и питания;

б) это путевка, выдаваемая туристу после заключения договора на туристское обслуживание;

в) совокупность различного рода услуг по обслуживанию туристов.

(Раздел 3)

1. Основной документ, удостоверяющий личность гражданина Российской Федерации:

а) Виза;

б) Паспорт;

в) Справка из ЖЭУ.

2. Для поездки за границу в соответствии с действующим законодательством Российской Федерации граждане РФ должны иметь:

а) Общегражданский паспорт;

б) Общегражданский заграничный паспорт;

в) Справку о доходах.

3. Для получения загранпаспорта гражданину РФ необходимо:

а) Личное письменное заявление гражданина РФ;

б) Выписка из домовой книги;

в) Справка из Наркологического диспансера.

4. В случае подачи заявления об оформлении загранпаспорта по месту жительства срок оформления паспорта не должен превышать:

а) 4 месяца;

б) 3 месяца;

в) 6 месяцев;

г) 1 месяц.

5. При наличии документально подтвержденных обстоятельств, связанных с необходимостью экстренного лечения, тяжелой болезнью или смертью близкого родственника и требующих выезда из РФ, срок оформления паспорта не должен превышать:

а) 1 месяц;

б) 20 рабочих дней;

в) 3 рабочих дней;

г) 3 часов.

6. Если гражданин РФ утратил загранпаспорт вне её пределов, соответствующее дипломатическое представительство или консульское учреждение РФ выдает ему:

а) Новый загранпаспорт;

б) Временный документ, удостоверяющий его личность и дающий право на въезд в Российскую Федерацию;

в) Справку об утере загранпаспорта;

г) Ничего не выдает.

7. Дипломатический паспорт выдается:

- а) Министерством Иностранных дел РФ;
- б) Президентом РФ;
- в) Государственной Думой Федерального Собрания РФ;
- г) Консульским учреждением.

8. Выдача загранпаспортов преследует контроль за:

- а) Количеством выездов за границу;
- б) Выездом за границу граждан данной страны;
- в) Не осуществляет контроля.

9. В США и странах ЕС решено ввести новую форму удостоверения личности:

- а) Паспорт гражданина Земли;
- б) Паспорт кода ДНК;
- в) Электронный паспорт.

10. Дипломатический паспорт и служебный паспорт являются собственностью РФ и после завершения срока служебной командировки за пределы РФ подлежат:

- а) Возврату в организацию, направившую гражданина РФ в служебную командировку за пределы РФ;
- б) Паспортный стол ЖЭУ;
- в) Оставляет на память лично себе.

11. Минимальный срок действия паспорта для получения визы:

- а) 10-15 дней;
- б) 1 месяц;
- в) 3-6 месяцев.

12. В соответствии с Римской конференцией по международным путешествиям и туризму, было внесено предложение о введение срока заграничного паспорта не менее:

- а) 5 лет;
- б) 10 лет;
- в) 3 лет.

13. Заграничный паспорт действует на:

- а) Одну поездку;
- б) Не более 50 поездок;
- в) Неограниченное число поездок.

14. Президенту Российской Федерации, Членам Совета Федерации, судьям Верховного Суда РФ, лицам, отнесенным Федеральным законом

к государственным должностям категории «А» для поездки за границу выдается:

- а) Служебный паспорт;
- б) Паспорт моряка;
- в) Дипломатический паспорт;
- г) Паспорт Нансена.

15. Какими документами регулируется выезд из РФ и въезд в РФ:

- а) Конституция РФ;
- б) Закон РФ «О защите прав потребителей»;
- в) Закон РФ «О порядке выезда из РФ и въезда в РФ»;
- г) Закон РФ «О государственной границе РФ».

16. Несовершеннолетний турист, выезжающий за границу должен иметь при себе кроме заграничного паспорта:

- а) Нотариально оформленное согласие одного родителя на выезд из страны;
- б) Справку из МВД РФ;
- в) Справку из поликлиники;
- г) Ничего.

17. Виза – это:

- а) Соответствующая отметка в паспорте или ином документе иностранного гражданина, произведенная официальными властями государства и дающая право на временный въезд на территорию государства;
- б) Документ, удостоверяющий личность;
- в) Приглашение иностранного гражданина;
- г) Ваучер туристской фирмы.

18. Виза подтверждает что:

- а) Вы беспрепятственно посетите данную страну;
- б) Вы можете остаться в стране на неопределенный срок;
- в) Паспорт туриста, зарегистрирован в консульском учреждении;
- г) Вы имеет денежные средства для поездки.

19. Кем принимается окончательное решение о въезде на территорию государства:

- а) Иммиграционными властями на границе;
- б) Консульским учреждением;
- в) Отправляющей туристской фирмой.

20. Контроль за наличием виз является обязанностью

- а) Транспортной компанией;
- б) Пограничной службы;
- в) Консульского учреждения;

г) Руководителя группы.

21. Виза на посещение страны выдаётся на основании:

- а) Приглашения;
- б) Ваучера;
- в) Обратного билета.

22. Для какой подгруппы иммиграционной визы учитываются обстоятельства, вынудившие покинуть родину:

- а) независимая иммиграция;
- б) воссоединение с семьёй;
- в) политическое убежище;
- г) квалифицированные специалисты.

23. Виза не ограничивающая время пребывания и свободу передвижения по стране:

- а) Привилегированная;
- б) Транзитная;
- в) Рабочая;
- г) Студенческая.

24. От чего зависит срок, на который выдается виза:

- а) Желания туристов;
- б) Приглашения;
- в) Отправляющей стороны;
- г) Политической обстановки.

25. При заполнении бланка приглашения принимающая сторона не указывает:

- а) Цель посещения;
- б) Предполагаемый срок пребывания;
- в) Количество посещений страны;
- г) Место размещения.

26. Возможно ли получить визу в аэропорту по прибытию в иностранное государство:

- а) Да;
- б) Нет;
- в) Не знаю.

27. Виза, предоставляющая право посещения стран участниц Шенгенского соглашения называется:

- а) Рабочая;
- б) Виза по прибытию;
- в) Въездная;
- г) Шенгенская;

д) Национальная.

28. Виза позволяющая въезжать на территорию страны несколько раз:

- а) Однократная;
- б) Въездная;
- в) Многократная.

29. Между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой подписано соглашение о безвизовом обмене в приграничных районах. Сколько дней туристы могут находиться на территории страны:

- а) До 3 дней;
- б) До 2 месяцев;
- в) До 15 дней;
- г) До 1 года.

30. В виде какой отметки в паспорте не может быть виза:

- а) Марка;
- б) Штамп;
- в) Вклейка;
- г) Прокол.

30. Какой закон РФ контролирует отношения в области визовых формальностей:

- а) Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
- б) Закон «О защите прав потребителей»;
- в) Закон «О порядке въезда в РФ и выезда из РФ».

31. Взимаются ли пограничные сборы в РФ:

- а) Да;
- б) Нет;
- в) Не знаю.

32. Какая виза, в зависимости от приглашения выдается при оформлении приглашения организацией (иностранном юридическим лицом) организацией (визополучателю) другого государства на конкретного работника этой организации с указанием цели и сроков пребывания:

- а) Рабочая;
- б) Транзитная;
- в) Студенческая;
- г) Частная;
- д) Туристская;

е) Деловая.

33. Какая виза, в зависимости от приглашения выдается при оформлении приглашения частным лицом (гражданином иностранного государства) частному лицу (визополучателю) другого государства:

- а) Рабочая;
- б) Транзитная;
- в) Студенческая;
- г) Частная;
- д) Туристская;
- е) Деловая.

34. Какая виза выдается на время, указанное в турпутевке, ваучере, приглашении на участие в семинаре, спортивном мероприятии:

- а) Рабочая;
- б) Транзитная;
- в) Студенческая;
- г) Частная;
- д) Туристская;
- е) Деловая.

35. Для получения какой визы приглашающая сторона (работодатель) заключает контракт с будущим работником, согласовывает все условия работы и проживания в местной иммиграционной службе, а, получив разрешение властей – высылает весь пакет документов будущему работнику:

- а) Рабочая;
- б) Транзитная;
- в) Студенческая;
- г) Частная;
- д) Туристская;
- е) Деловая.

36. Какая виза предоставляет визополучателю право проезда через третью страну в страну основного пребывания? Она выдается на определенное количество часов посольством третьей страны после получения основной визы:

- а) Рабочая;
- б) Транзитная;
- в) Студенческая;
- г) Частная;
- д) Туристская;
- е) Деловая.

38. Одним из основных условий выдачи виз дипломатическим представительством большинства стран является:

- а) срок пребывания в стране;
- б) наличие приглашения, которое прилагается к визовому запросу;
- в) кто финансирует поездку (проживание, питание, транспортные расходы, медицинское страхование).

39. Осуществление таможенных формальностей возлагается на:

- а) таможенную службу в пограничных пунктах;
- б) туристскую фирму;
- в) консульские отделы посольств.

40. Таможенные формальности для туристов обычно состоят из:

- а) письменного декларирования перечня и количества перевозимых вещей, товаров, денег;
- б) устного декларирования перечня и количества перевозимых вещей, товаров, денег.

41. Заполнение декларации предусмотрено для лиц, достигших:

- а) 14 лет;
- б) 16 лет;
- в) 18 лет.

42. Таможенные формальности связаны с:

- а) выполнением установленных государством таможенных правил и уплатой туристом налогов, пошлин, сборов;
- б) транзитным проездом через территорию Российской Федерации;
- в) упрощением международных перевозок.

43. Таможенная декларация сохраняется:

- а) на весь период времени въезда или выезда;
- б) до посадки на самолет (в ж/д вагон, автобус);
- в) на весь текущий год.

44. Провоз вещей и товаров сверх установленной нормы:

- а) изымается;
- б) выбрасывается;
- в) не принимается к перевозке.

45. Исключительной формой таможенного досмотра является:

- а) проверка документов;
- б) досмотр товаров и транспортных средств;
- в) личный досмотр туриста.

46. При таможенном контроле применяется упрощенный порядок прохождения туристов по коридору:

- а) красного цвета;

- б) зеленого цвета;
- в) желтого цвета;
- г) белого цвета.

47. Применение системы «двух коридоров» обеспечивает:

- а) свободу и личную неприкосновенность;
- б) ужесточение формальностей со стороны государственных служб;
- в) ускорение движения пассажиропотока.

48. Назовите документ, регламентирующий правила ввоза и вывоза товаров:

- а) Постановление Правительства РФ « О порядке перемещения через таможенную границу РФ товаров физическими лицами, не предназначенные для производственной или коммерческой деятельности»;
- б) Концепция основных направлений скоординированной транспортной политики государств-участников СНГ;
- в) Закон РФ «О техническом регулировании».

49. Согласно таможенному кодексу РФ, все лица при пересечении границы:

- а) несут одинаковую ответственность по уплате таможенных пошлин;
- б) не несут ответственность по уплате таможенных пошлин;
- в) несут ответственность по уплате таможенных пошлин в зависимости от количества ввозимых товаров.

50. Предметы личного потребления:

- а) облагаются НДС;
- б) освобождаются от уплаты таможенных пошлин;
- в) не знаю.

51. При перевозке растений требуется:

- а) оформить визу для растения;
- б) получить фитосанитарный сертификат;
- в) получить международный ветеринарный сертификат;
- г) поместить растение в клетку.

52. Для ввоза/вывоза домашних животных требуется:

- а) международный ветеринарный сертификат;
- б) справка о прививках против бешенства;
- в) документ, подтверждающий вес животного.

53. Таможенное оформление товаров, перемещаемых физическими лицами, осуществляется:

- а) в офисе туристической фирме;
- б) в таможенном комитете РФ;

в) в специально установленных таможенными органами местах (аэропортах, морских портах, автомобильных пунктах пропуска).

54. Личный досмотр может быть проведен:

- а) по решению руководителя туристской группы;
- б) по решению начальника таможенного органа или должностного лица его заменяющего;
- в) по решению группы туристов;
- г) только для туристов, путешествующих индивидуально.

55. Должностное лицо таможенного органа имеет право:

- а) проводить устный опрос физических лиц, перемещающих товары через границу;
- б) проверять сведения, заявленные в декларации;
- в) применять физическую силу.

56. Обязательному декларированию в письменной форме подлежат следующие товары:

- а) валюта РФ;
- б) животные;
- в) драгоценные камни.

57. При пересечении границы РФ таможенная декларация заполняется:

- а) на русском и английском языках;
- б) на русском языке;
- в) на русском или английском языке, а с разрешения таможенного органа - на других языках, которыми владеют сотрудники таможенного орган.

58. Как обозначается вход в «красный» канал:

- а) в виде квадрата красного цвета на белом фоне;
- б) в виде ромба красного цвета;
- в) в виде квадрата красного цвета на белом фоне и надписями «красный канал» (Red Channel) и «Товары, подлежащие обязательному письменному декларированию (Goods to declare) надписи на русском и английском языках.

59. Порядок перемещения культурных ценностей регулируется:

- а) Постановлением Правительства РФ от 24.01.98 «О специализированных службах по обеспечению безопасности туристов»;
- б) Постановлением Правительства РФ от 18.06.96 №808 Постановление Правительства РФ « О порядке перемещения через таможенную границу РФ товаров физическими лицами, не предназначенные для производственной или коммерческой деятельности»;

в) Законом РФ от 15.04. 93 № 4805- I «О вывозе и ввозе культурных ценностей».

60. Цель таможенного контроля:

а) проверка соблюдения законности перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу, а также соблюдения условий избранного таможенного режима и осуществления предпринимательской деятельности в сфере таможенного дела;

б) обеспечение соблюдения таможенного законодательства РФ и других стран;

в) проверка условий перемещения товаров через таможенную границу;

г) проверка таможенного оформления товаров.

61. Проверка документов и сведений, устный опрос, получение пояснений, таможенное наблюдение, таможенный осмотр (досмотр) товаров и транспортных средств, личный досмотр, таможенная ревизия – все это:

а) формы таможенного контроля;

б) цели таможенного контроля;

в) методы таможенного контроля;

г) принципы таможенного контроля.

62. При ввозе таможенный контроль начинается:

а) с момента пересечения товарами и транспортными средствами таможенной границы РФ;

б) с момента принятия таможенной декларации;

в) с момента заполнения таможенной декларации;

г) с момента пересечения человеком таможенной границы РФ.

63. При вывозе таможенный контроль начинается:

а) с момента принятия таможенной декларации;

б) с момента пересечения товарами и транспортными средствами таможенной границы РФ;

в) с момента заполнения таможенной декларации;

г) с момента пересечения человеком таможенной границы РФ.

64. Таможенный режим – это:

а) совокупность положений, определяющих статус товаров и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу РФ для таможенных целей;

б) режим пересечения таможенной границы РФ;

в) режим, установленный таможенными органами РФ;

г) перемещение товаров и транспортных средств.

65. Российскому туристу разрешается вывоз валюты без декларирования в размере:

- а) до 10000 \$;
- б) 30000\$;
- в) 15000\$;
- г) не ограничен.

Вопросы к экзамену (Раздел 1)

1. Роль туризма в мировой экономике.
2. Факторы развития туризма.
3. Цели, функции и задачи туризма.
4. Содержание и виды потребностей современного человека в туристских услугах.
5. Понятие инфраструктуры туристской отрасли.
6. Особенности туристского потребления.
7. Организационно-правовые формы и формы собственности в сфере турдеятельности.
8. Роль турагентской и туроператорской деятельности на рынке туристских услуг.
9. Виды туризма.
10. Формы туризма.
11. Социальный туризм.
12. Таймшер. Перспективы его развития.
13. Религиозный и паломнический туризм.
14. Туристский продукт
15. Туристские услуги, их состав.
16. Порядок разработки туристского продукта.
17. Понятие и состав программы обслуживания.
18. Составляющие туристской индустрии.
19. Виды предпринимательской деятельности в туризме .
20. Ответственность турагента и туроператора за объем и качество услуг
21. Национальная классификация гостиниц.
22. Конкурентоспособность туристского обслуживания.
23. Типы и виды средств размещения.
24. Организация услуг питания. Виды и типы обслуживания
25. Международная классификация средств транспорта. Система скидок и льгот
26. Обеспечение безопасности туристов.
27. Основные законодательные документы по вопросам регулирования туристских формальностей.
28. Методика количественной оценки рекреационного потенциала туристских центров РФ.
29. Циклы рекреационной деятельности.
30. Роль государства в развитии туристской индустрии.
31. Задачи государственной политики в сфере туризма.

32. Страхование туризма. Страховой взнос, медицинское страхование, страховые риски.
33. Факторы и перспективы развития экологического туризма.
34. Основные факторы, условия формирования и развития туристского региона.
35. Рекреационное районирование России.
36. Принципы организации санаторно-курортного дела.
37. Классификация природных, лечебных ресурсов.
38. Ресурсы и материальная база туризма.
39. Туристский баланс по экспорту и импорту туруслуг.
40. Региональная структура международного туристского рынка.

Вопросы к экзамену (Раздел 2)

1. Понятие «туроператор» и основные виды туроператоров.
2. Функции туроператора.
3. Профиль работы туроператора.
4. Структура туроператорской фирмы.
5. Турпакет, турпродукт, тур. Краткая характеристика.
6. Турпроектирование.
7. Турпланирование.
8. Турресурсы как основа формирования турпродукта.
9. Разработка маршрутов как основа составления туров.
10. Поставщики туристских услуг. Договоры с поставщиками услуг.
11. Документационное обеспечение турпродукта.
12. Ценообразование турпродукта.
13. Формы и методы продвижения турпродукта.
14. Формирование сбытовой сети туроператора
15. Организация туроператором продажи туристского продукта.
16. Организация обслуживания туристов туроператором во время путешествия.
17. Стандартизация в туроперейтинге.
18. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами.
19. Аннуляция тура и понесенные убытки.
20. Система управления туризмом на современном этапе.
21. Потребительские свойства туристского продукта.
22. Система обеспечения кадрами в турбизнесе контактных массовых профессий.
23. Этапы проектирования тура.
24. Нормативно-правовые акты определяющие порядок проектирования тура
25. Факторы, влияющие на проектирование тура

26. Качество туристского продукта
27. Классификация и виды туризма.
28. Расчет стоимости тура.
29. Компоненты туристского потенциала, их влияние на проектирование тура
30. Нормативно-правовые акты, регулирующие договорные отношения туроператора с поставщиками туристских услуг.
31. Особенности программного туризма.
32. Потребности, мотивация и типы туризма.
33. Порядок составления программы обслуживания.
34. Виды туристских ресурсов, использование их при проектировании тура
35. Поставщики услуг туроператора: виды и основные характеристики.
36. Понятие и обеспечение безопасности в туризме.
37. Структура организационного этапа разработки тура.
38. Структура сбытового этапа разработки тура.
39. Классы туристского обслуживания их характеристика.
40. Основные цели и инструменты продвижения туристского продукта

Вопросы к экзамену (Раздел 3)

1. Предмет курса туристские формальности.
2. Сущность и содержание понятия туристские формальности.
3. Факторы, которые влияют на формирование туристских формальностей.
4. Социально-экономические предпосылки становления и развития туристских формальностей в России.
5. Основные функции туристских формальностей.
6. Рассмотрите действие удостоверения ISIC в Европе и Азии (на примере конкретных стран Таиланда и Испании).
7. Рассмотрите действие удостоверения ISIC в Российской Федерации.
8. Виды паспортов. Назовите их различия и основные характеристики.
9. Проблемы интеграции российских паспортов в мировую паспортную систему.
10. Раскройте понятие «визовая поддержка».
11. Виды виз. Назовите их различия и основные характеристики.
12. Правила получения визы.
13. Шенгенская виза. Требования для получения шенгенской визы.
14. Визы на границе при въезде. Назовите страны, в каких можно получить визу на границе. Особенность таких виз.
15. Проанализируйте визовые формальности для въезда в такие страны как Россия, Китай, Испания и Таиланд.

16. Требования-рекомендации ЮНВТО по визовым формальностям.
17. Требования-рекомендации ЮНВТО по паспортным формальностям.
18. Требования-рекомендации ЮНВТО по таможенным формальностям.
19. Требования-рекомендации ЮНВТО по санитарно-медицинским формальностям.
20. Перечислите основные таможенные режимы.
21. Перечислите процедуры таможенного декларирования.
22. Что такое «преференция»?
23. Таможенный тариф: виды и назначение.
24. Вывоз наличной иностранной валюты за пределы Российской Федерации.
25. Охарактеризуйте понятие «медицинские формальности».
26. Государственное регулирование сферы медицинских формальностей.
27. Назовите заболевания, представляющие опасность для туриста во время путешествия.
28. Основные составляющие аптечки туриста.
29. Понятие «вакцинация». Медицинский сертификат.
30. Составьте памятку туристу, уезжающего в одну из экзотических стран (страна по выбору).
31. Что такое «культурные ценности»?
32. Перечислите культурные ценности, не разрешенные к вывозу из Российской Федерации.
33. Процедура получения свидетельства на право вывоза культурных ценностей из РФ.
34. Карантинный надзор: цели и задачи.
35. Процедур вывоза собак и кошек из Российской Федерации.

**Критерии оценки студента на экзамене по дисциплине «Основы туристской деятельности»
(промежуточная аттестация – экзамен)**

Баллы (рейтингов ой оценки)	Оценка зачета/ экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
-----------------------------------	--	--

86-100	«зачтено»/ «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
76-85	«зачтено»/ «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответах на дополнительные вопросы.
менее 61	«не зачтено»/ «неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

**Оценочные средства для текущей аттестации (типовые ОС по
текущей аттестации и критерии оценки по каждому виду
аттестации по дисциплине «Основы туристской деятельности»)
Критерии оценки выполнения аналитического задания**

№ п/п	Критерий	Количество баллов
1	Готовность результатов самостоятельной работы в срок	10
2	Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard	10
3	Файл MS Excel с результатами анализа сайтов интернет-магазинов	25
4	Устная защита задания с демонстрацией содержимого страниц сайтов	25
5	Защита темы по списку вопросов (собеседование/ групповое обсуждение)	30
	ИТОГО	100

Критерии оценки выполнения творческого задания

№ п/п	Критерий	Количество баллов
1	Готовность результатов самостоятельной работы в срок	20
2	Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard	10
3	Многообразие и широта использования средств и инструментов Ms Office	30
4	Аккуратность, презентабельность, эргономичность выполненного задания	10
5	Опережающие элементы (использование в заданиях элементов, которые еще не были представлены преподавателем)	30
6	ИТОГО	100

Критерии оценки выполнения коллективного задания

№ п/п	Критерий	Количество баллов
1	Готовность результатов самостоятельной работы в срок	10
2	Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard	10
3	Защита темы по списку вопросов/ активное участие в обсуждении докладов результатов анализа коллег в группе	20
4	Представление результатов проведенного анализа на занятии	20
5	Материал современный, актуальный, интересный для аудитории Тема раскрыта глубоко, изложение материала логично, аргументированно, подкреплено иллюстрациями, таблицами и диаграммами с фактическими данными, схемами и рисунками	20
6	Наличие файла с результатами проведенного коллективного анализа, папки с нормативно-законодательными актами, закладками в СПС Консультант Плюс	20
	ИТОГО	100

Критерии оценки выполнения группового творческого задания

№ п/п	Критерий	Количество баллов
1	Готовность результатов самостоятельной работы в срок	10
2	Размещение результатов самостоятельной работы в LMS Blackboard	10
3	Материал современный, актуальный, интересный для аудитории	10
4	Материал подан системно, аргументированно, с наличием иллюстраций, таблиц, схем и рисунков	20
5	Наличие мультимедиа презентации / видео	20
6	Выступление по выбранной теме	30

ИТОГО	100
-------	-----

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «**Основы туристской деятельности**» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «**Основы туристской деятельности**» проводится в форме контрольных мероприятий (тесты, практические задания) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

– учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

– степень усвоения теоретических знаний (активность в ходе обсуждений материалов лекций, активное участие в дискуссиях с аргументами из дополнительных источников, внимательность, способность задавать встречные вопросы в рамках дискуссии или обсуждения, заинтересованность изучаемыми материалами);

– уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (определяется по результатам контрольных работ, практических занятий, ответов на тесты);

– результаты самостоятельной работы (задания и критерии оценки размещены в Приложении 1).

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «**Основы туристской деятельности**» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Вид промежуточной аттестации – экзамен (4 семестр), состоящий из устного опроса в форме собеседования и индивидуального творческого задания.

Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства. В результате посещения лекций, лабораторных занятий, семинаров и круглых столов студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к зачету, представленные в структурном элементе ФОС IV.

1. В ходе промежуточной аттестации студент готовит индивидуальное творческое зачетное задание (индивидуальное творческое зачетное задание размещено в структурном элементе ФОС IV).

2. Критерии оценки студента на экзамене представлены в структурном элементе ФОС IV.

3. Критерии оценки текущей аттестации – контрольная проверка знаний (практическая работа 1, групповое творческое задание) представлены в структурном элементе ФОС V.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

Для осуществления текущего контроля знаний студентов на практических занятиях применяются следующие виды учебной деятельности:

- экспресс – контрольные работы по текущему материалу;
- письменный опрос по глоссарию;
- выступления с сообщениями;
- тестирование (промежуточное и итоговое).

Тест-контроль по курсу «Организация туристской деятельности» содержит вопросы, объединенные в три группы по разделам:

1. Сущность и специфика туристского рынка.
2. Туроперейтинг.
3. Туристские формальности.

Распределение тестов по группам позволяет использовать их как при компьютерном тестировании, так и на практических занятиях в качестве промежуточного экспресс-контроля пройденного материала по определенной теме.

Промежуточное тестирование позволяет выявить вопросы, недостаточно усвоенные студентами и дополнительно проработать их.

Контрольные мероприятия осуществляются в соответствии с рейтингом-планом.

Экзамен по дисциплине проводится в 3 семестре. Оценки выставляются на основе Шкалы соответствия рейтинга по дисциплине.

Вопросы к экзамену (3 семестр)

Раздел 1

1. Роль туризма в мировой экономике.
2. Факторы развития туризма.
3. Цели, функции и задачи туризма.
4. Содержание и виды потребностей современного человека в туристских услугах.
5. Понятие инфраструктуры туристской отрасли.
6. Особенности туристского потребления.
7. Организационно-правовые формы и формы собственности в сфере турдеятельности.
8. Роль турагентской и туроператорской деятельности на рынке туристских услуг.
9. Виды туризма.
10. Формы туризма.
11. Социальный туризм.
12. Таймшер. Перспективы его развития.
13. Религиозный и паломнический туризм.
14. Туристский продукт
15. Туристские услуги, их состав.
16. Порядок разработки туристского продукта.
17. Понятие и состав программы обслуживания.
18. Составляющие туристской индустрии.
19. Виды предпринимательской деятельности в туризме .
20. Ответственность турагента и туроператора за объем и качество услуг.
21. Национальная классификация гостиниц.
22. Конкурентоспособность туристского обслуживания.
23. Типы и виды средств размещения.
24. Организация услуг питания. Виды и типы обслуживания
25. Международная классификация средств транспорта. Система скидок и льгот.
26. Обеспечение безопасности туристов.

27. Основные законодательные документы по вопросам регулирования туристских формальностей.
28. Роль государства в развитии туристской индустрии.
29. Основные факторы, условия формирования и развития туристского региона.
30. Ресурсы и материальная база туризма.
31. Туристский баланс по экспорту и импорту туруслуг.
32. Региональная структура международного туристского рынка.
33. Понятие «туроператор» и основные виды туроператоров.
34. Функции туроператора.
35. Профиль работы туроператора.
36. Структура туроператорской фирмы.
37. Турпакет, турпродукт, тур. Краткая характеристика.
38. Турресурсы как основа формирования турпродукта.
39. Разработка маршрутов как основа составления туров.
40. Поставщики туристских услуг. Договоры с поставщиками услуг.
41. Документационное обеспечение турпродукта.
42. Ценообразование турпродукта.
43. Формы и методы продвижения турпродукта.
44. Формирование сбытовой сети туроператора.
45. Организация туроператором продажи туристского продукта.
46. Организация обслуживания туристов туроператором во время путешествия.
47. Стандартизация в туроперейтинге.
48. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами.
49. Аннуляция тура и понесенные убытки.
50. Система управления туризмом на современном этапе.
51. Потребительские свойства туристского продукта.
52. Система обеспечения кадрами в турбизнесе контактных массовых профессий.
53. Этапы проектирования тура.
54. Нормативно-правовые акты определяющие порядок проектирования тура
55. Факторы, влияющие на проектирование тура
56. Качество туристского продукта
57. Классификация и виды туризма.
58. Расчет стоимости тура.
59. Компоненты туристского потенциала, их влияние на проектирование тура

60. Нормативно-правовые акты, регулирующие договорные отношения туроператора с поставщиками туристских услуг.

61. Особенности программного туризма.

62. Потребности, мотивация и типы туризма.

63. Порядок составления программы обслуживания.

64. Виды туристских ресурсов, использование их при проектировании тура.

65. Поставщики услуг туроператора: виды и основные характеристики.

66. Понятие и обеспечение безопасности в туризме.

67. Структура организационного этапа разработки тура.

68. Структура сбытового этапа разработки тура.

69. Классы туристского обслуживания их характеристика.

70. Основные цели и инструменты продвижения туристского продукта.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ГЛОССАРИЙ
по дисциплине «Основы туристской деятельности»
Направление подготовки 43.03.03 Гостиничное дело
Форма подготовки: очная

г. Владивосток
2017

ГЛОССАРИЙ

1st - (англ.) первый в любом значении (первый класс, первая линия и т. д.).

A-la carte - (франц. по меню) ресторан, где можно выбрать и заказать любое из блюд по меню.

AB - (англ. american breakfast) см. завтрак американский.

ABF - (англ. american breakfast) см. завтрак американский.

AC - 1. (сокр. от англ. air conditioner) наличие кондиционера;

2. (сокр. от англ. alternating current) переменный электрический ток.

AD - 1. (от англ. adult) взрослый;

2. международный код Андорры.

ADL - (от англ. adult) взрослый.

Adult - взрослый турист, лицо, достигшее возраста 12 лет на момент поездки.

A - 1. (от англ. all inclusive) см. все включено;

2. международный код авиакомпании Air India.

Airbus (Аэробус, Эйрбас) - одна из двух крупнейших в мире авиастроительных компаний. Производит пассажирские, грузовые и военно-транспортные самолеты.

ALL - (от англ. all inclusive) см. все включено.

All inclusive - см. все включено.

AO - 1. (сокр. от англ. accommodation only - только размещение) размещение без питания;

2. международный код Анголы.

AP - 1. (от англ. american plan) см. американский план;

2. IATA-код итальянской авиакомпании Air One.

Apartment, Aprt - апартаменты.

Apt - 1. сокр. от англ. airport - аэропорт;

2. сокр. от apartment - апартаменты.

Baby-sitter - (англ.) услуги детской сиделки, присмотра за детьми.

BB - 1. (от англ. bed and breakfast) размещение с завтраками;

3. международный код Барбадоса.

BDR (BDRM) - (от англ. bedroom - спальня) номер в отеле со спальней.

BDRM - (от англ. bedroom - спальня) см. BDR. Цифра перед аббревиатурой обозначает количество спален в номере, например 2-BDRM — номер с двумя спальными комнатами.

Beach Front - номера с прямым видом на пляж. Ср. Beach View.

Beach View - (англ.) номер с видом на пляж.

BF - 1. см. Beach Front

2. международный код Буркина-Фасо.

BG - 1. (от bungalow) бунгало; 2. международный код Болгарии.

BGW (BG) - (от bungalow) бунгало.

BO - 1. (от англ. bed only — только кровать) размещение без питания;

2. международный код Боливии.

Boeing (Боинг) - одна из двух крупнейших в мире авиастроительных компаний. См. описания популярных моделей пассажирских самолетов Boeing.

BP - 1. (от англ. bermuda plan) см. бермудский план (плотный завтрак);

2. IATA-код ботсванской авиакомпании Air Botswana;

3. принятый в странах НАТО код Соломоновых островов.

Brunch (бранч) - (от англ. breakfast - завтрак и lunch - обед) прием пищи в первой половине дня, заменяющий завтрак и обед вместе.

California King - увеличенный размер кровати, немного отличающийся от king-size: 185×215 мм.

Cargo Irregularity Report - см. акт о неисправностях при перевозке багажа.

CB -(англ. continental breakfast) см. завтрак континентальный.

CBF - (англ. continental breakfast) см. завтрак континентальный.

CH - 1. (от англ. child) ребенок;

2. международный код Швейцарии.

Check in (чек-ин) - процедура регистрации при приезде в отель.

Check out (чек-аут) - процедура выписки из отеля при отъезде.

CIR - см. акт о неисправностях при перевозке багажа.

CityView - номер с видом на город.

ClubMed - (сокр. от франц. Club Méditerranée - средиземноморский клуб) французская компания, международный туристический оператор, предлагающий отдых во множестве отелей своей системы на 5 континентах. Club Med впервые в мире предложила концепцию отдыха «все включено».

Connected (connect) room (коннект, коннектед) - два самостоятельных номера, между которыми есть общая дверь, запираемая или открываемая при желании.

CP - 1. (от англ. continental plan) см. континентальный план (легкий завтрак)

2. IATA-код канадской авиакомпании Canadian Airlines;

3. сокращенное название ряда авиакомпаний: Canadian Pacific Airlines, Cathay Pacific, Cebu Pacific;

4. сокращенное наименование отелей системы Crowne Plaza.

CV - 1. см. City View;

2. международный код Кабо-Верде.

DBL - (от double) двухместный номер.

Deluxe, DLX (делюкс, делакс) - (англ. дорогой, роскошный, шикарный) категория отеля, номера в отеле и т. д., предполагающая особую роскошь. Для номера обычно подразумевается частная ванна и полный сервис.

DORM - (от англ. dormitory - общая спальня) большой общий номер с несколькими кроватями, сдаваемыми различным постояльцам.

Doublebed - двухспальная кровать.

Double-up - (англ.) организация системы двойного заселения, при которой незнакомые клиенты заселяются один номер.

DP - (франц. demi-pension) - полупансион.

Duneview - номер с видом на пески.

Duplex - двухуровневый номер.

Duty-free (дьюти-фри) - товары, не облагаемые налогами, а также система беспошлинной торговли в аэропортах, на бортах самолетов, паромов и т. д.

E-ticket - электронный билет.

EB - 1. (от англ. extra bed) дополнительная кровать в номере;

2. (от англ. English breakfast) см. завтрак английский.

EC - 1. (сокр. от англ. economy class) эконом-класс (в уровне комфорта отеля или номера, категория мест в салоне самолета или поезда и т. д.);

2. международное обозначение Эквадора;

3. сокр. от англ. European Community - Европейское Сообщество.

ЕМЕА - (сокр. от англ. Europe, Middle East and Africa) регион, включающий Европу, Ближний Восток и Африку.

EP - (от англ. european plan) см. европейский план (проживание без питания).

EX - (от extra bed) дополнительная кровать в номере.

Executive - (амер. президентский, исполнительский) категория номера с повышенной комфортностью.

EXTFB - (от англ. extended full board - продвинутый полный пансион) то же, что FB+.

Extra bed - дополнительная кровать в номер.

Fam-trip (fam-tour) - (сокр. от англ. familiarization — ознакомление) см. ознакомительный тур.

Family room - (англ. семейная комната) номер в отеле, обычно отличающийся от стандартного большей площадью и рассчитанный на заселение семьи.

FB - (от англ. full board) полный пансион (завтрак, обед, ужин).

FB+ - (англ. full board + - расширенный полный пансион) полный пансион (завтрак, обед, ужин), расширенный, обычно за счет пива и вина во время приема пищи.

FC - (сокр. от англ. first class) первый класс.

First Class - (англ. первый класс) официальный уровень комфортности отеля, предлагающий стандартный уровень обслуживания, размещения и удобств.

FIT - (сокр. от англ. foreign independent tour - зарубежный индивидуальный тур) выездной индивидуальный тур, разработанный непосредственно по заказу туриста.

Full House - (англ., дословно - полный дом) сообщение об отсутствии мест в отеле.

Garden View - номер с видом на сад.

Gay-friendly - (дословно англ. «дружественный к геям») статус страны, региона, города, отеля, компании и т. д., имеющих значительную толерантность и дружелюбие к ЛГБТ-персонам. Среди gay-friendly городов известны: Лондон (Великобритания), Сан-Франциско (США), Сидней (Австралия), Буэнос-Айрес (Аргентина), Тель-Авив (Израиль), Берлин (Германия), Дели (Индия), Гавана (Куба), Кейптаун (ЮАР), Шанхай (Китай).

GCET - Глобальный этический кодекс туризма.

GM - 1. (от франц. gentil members - милый член) название посетителей в системе Club Med;

2. международный код Гамбии.

GO (джио) - (от франц. gentil organisateur - милый организатор) название аниматоров и инструкторов в системе Club Med.

GPS - (англ. Global Positioning System - система глобального позиционирования) спутниковая система навигации, разработанная Министерством обороны США. При наличии сигнала минимум с четырех спутников, входящих в систему, приемник GPS рассчитывает географические координаты точки, в которой принимаются сигналы. Кроме того, устройства, оснащенные GPS-приемниками, позволяют ориентироваться по сторонам света, определять местоположение на карте местности, получать информацию о перемещении и т. д. Точность позиционирования у коммерческих GPS-приемников составляет до 3 м.

Grandmaster - (англ.) мастер-ключ, открывающий все запертые двери в отеле.

HB - (от англ. half board) полупансион (завтрак и ужин).

HB+ - (англ. расширенный half board) полупансион (завтрак и ужин), расширенный за счет алкогольных и безалкогольных напитков местного производства целый день.

HCAL - (от англ. high class all inclusive - все включено высшего класса) расширенная система обслуживания «все включено», когда в стоимость путевки входит все, кроме магазинов, телефона, врача, парикмахерской, некоторых водных видов спорта, подводного плавания и т. п.

Honeymoon suite - номер высокого класса для новобрачных.

HV - (от англ. holiday village) отель, представляющий собой комплекс бунгало.

INF - (от англ. infant) маленький ребенок (обычно до 2 лет).

Inside view - номер с видом на атриум или другую внутреннюю часть отеля.

Junior Suite - класс номера в отеле, обычно просторная комната с отгороженным спальным местом, преобразуемая днем в гостиную.

King-size - (дословно «размер короля») кровать увеличенного размера (по сравнению со стандартной двуспальной), 195×200 мм.

Land View - номер с видом на окрестности (обычно противоположный виду на берег водоема).

Limited-ServiceFirstClass - (англ. первый класс с ограниченным сервисом) официальный уровень комфорта отеля по какому-либо из критериев не отвечающий требованиям категории First Class.

Lobby - холл при входе в отель.

LV - 1. см. Land View;

2. международный код Латвии;

3. код г. Лас-Вегас (Невада, США).

MAP - 1. (сокр. от англ. modified american plan - модифицированный американский план) полупансион - завтрак, обед, иногда - традиционное британское послеполуденное чаепитие.

Max inclusive - расширенная система обслуживания «все включено», когда в стоимость размещения входит пользование сауной, парикмахерской, занятия различными видами спорта и т. д.

MB - 1. (от англ. main building) основное здание;

2. сокр. от англ. minibus - микроавтобус.

MICE - (акроним от англ. Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions (или Events) - встречи, мотивационные мероприятия, конференции, выставки (или события) вид корпоративного делового туризма, путешествие большой группы лиц с целью проведения деловых мероприятий.

Moderate Deluxe - (англ. умеренно шикарный) официальный уровень комфортности отеля, который по какой-либо (иногда формальной) причине не может получить класс Deluxe.

Moderate First Class - (англ. умеренный первый класс) официальный уровень комфорта отеля, по какому-либо критерию не отвечающего требованиям категории First Class (например, отсутствует ресторан).

Moderate Tourist Class - (англ. умеренный туристский класс) официальный уровень комфорта малобюджетного отеля с минимальным объемом удобств.

Mountain View - номер с видом на горы.

MV - IATA-код авиакомпании Армянские Международные Авиалинии

No show - (англ. дословно «нет видимости») факт неприбытия туриста на рейс или в отель. Ср. незаезд.

Ocean View - номер с видом на океан.

Olympic Queen - размер кровати, чуть больший, чем queen-size, 170×200

OW - (от англ. one way - в одну сторону) поездка или билет только в одну сторону.

Park view - номер с видом на парк.

Party ticket - групповой билет.

Pax - (сокр. от англ. passenger - пассажир) пассажир, турист, одно лицо.

PIR - см. акт о неисправностях при перевозке багажа.

Pool view - номер с видом на бассейн.

Property Irregularity Report - акт о неисправностях при перевозке багажа.

Qdpl - (сокр. от англ. quadruple) - четырехместный номер.

Queen-size - (дословно «размер королевы») кровать увеличенного размера (по сравнению со стандартной двуспальной), 150×200 мм. Ср. king-size.

Rent-a-car (rentacar, rent a car) - сервиспрокатаавтомобилей.

River View - (англ.) номер с видом на реку.

RO - (от англ. room only - только комната) размещение без питания.

ROH - (от англ. run of the house) размещение на усмотрение отеля.

RQ - (от англ. request - запрос) запрос на получение информации, подтверждение какой-либо услуги и т. д.

RT - 1. (от англ. round trip - круговое путешествие) поездка или билет в обе стороны, туда и обратно.

2. (от англ. rapid transit — быстрый перенос) в некоторых странах система скоростного городского общественного транспорта, такого как метро, надземные рельсовые виды и т. д.

Sea view (SV) - (англ. морской вид) номер в отеле с видом на море.

Sea-sideview (SSV) - (англ. вид в сторону моря) номер в отеле с окнами, направленными в сторону моря (но не обязательно с прямым видом моря из номера).

SGL - (от single) одноместное размещение.

Skipper - (англ. от to skip - удирать) англоязычное жаргонное обозначение постояльца, тайно выехавшего из отеля, не оплатив чек.

Spa (SPA, Спа, СПА) - (по названию города-курорта Спа в Бельгии, также выводится от лат. sanus per aqua — здоровье через воду) популярный оздоровительный комплекс процедур, использующий минеральную, морскую, и пресную воду, морские водоросли и соли, лечебные грязи, минералы, целебные травы, эфирные масла, различные виды массажей, занятия йогой и медитацией и пр.

SPO (СПО, специальное предложение, спецпредложение) - (от англ. special offer - специальное предложение) готовый туристический продукт, предлагаемый туроператором по ценам обычно ниже стандартных.

Standby - (англ. «состояние готовности») список пассажиров на посадку, включающий заявивших желание лететь данным рейсом и имеющих действительный билет по маршруту данного рейса без подтвержденного места на нем. Такими пассажирами могут быть имеющие билет с открытой датой, опоздавшие на свой рейс и решившие лететь следующим, путешествующих по служебным бесплатным или льготным билетам и т. д.

STD - (от standard) стандартный номер.

Studio (студия) - однокомнатный номер с большей, чем у стандартного, площадью и со встроенной кухней

SU - 1. (сокр. от англ. single use одиночное использование) использование многоместного номера под одноместное размещение;

2. (от англ. Soviet Union - Советский Союз) международный код государства СССР;

3. IATA-код авиакомпании Аэрофлот.

Suite (сьют) - номер повышенной комфортности с несколькими жилыми помещениями (либо несколько комнат, либо комната с четко определенными зонами спальни, гостиной и т. п.).

SUP - (от superior) комната большего размера, чем стандартный номер

Superior - (англ. повышенный, превосходящий, высшего качества) категория отеля или номера в отеле, предоставляющих повышенную комфортность.

Superior Deluxe - высший класс комфортности отеля, предполагающий высочайший стандарт обслуживания, размещения и удобств.

Superior First Class - (англ. повышенный первый класс) официальный уровень комфортности отеля, превосходящий First Class, т. е. отель с комфортом выше среднего уровня.

Superior Tourist Class - (англ. повышенный туристский класс) уровень комфорта отеля по совокупности критериев выше категории Tourist Class. Обычно рекомендуется для самостоятельно путешествующих туристов.

TBA - (от англ. to be announced - будет сообщено) информация (например, цена какой-либо услуги) должна быть объявлена дополнительно. Ср. RQ.

TC - 1. (сокр. от англ. tourist class - туристический класс) невысокий уровень комфорта отелей, номеров в отелях, категория мест в салоне самолета или поезда и т. д. Обычно выше эконом-класса, но ниже первого класса;

2. международное обозначение Островов Тёркс и Кайкос;

3. (от тур. Türkiye Cumhuriyeti - Турецкая Республика) турецкая аббревиатура, обозначающая Турцию.

TMC - (сокр. от англ. travel management company) туристическая компания, специализирующаяся на деловом туризме

Tourist Class - (англ. туристский класс) отель экономного класса с невысоким уровнем комфорта, близок к пансиону (в знач. 2).

Tripl, TRPL- (от англ. triple - тройной) трехместный номер.

Twin bed - две отдельно стоящие кровати в номере.

Twin double - номер с двумя двуспальными кроватями.

TWN - (от twin) двухместный номер с двумя односпальными кроватями.

TWOV - (сокр. от англ. transit without visa - транзит без визы) безвизовый транзит пассажиров через территорию (сухопутную, водную, воздушную), находящуюся под контролем промежуточного государства (не являющегося конечной целью путешествия).

Ultra all inclusi - ультра все включено.

UNWTO, World Tourism Organization - Всемирная Организация Туризма.

VIP - (сокр. от англ. very important person — очень важная персона) клиент, имеющий особые привилегии, которому необходим улучшенный сервис и особое внимание.

VV - 1. (сокр. от лат. vice versa - положение наоборот) пометка о поездке, трансфере или ином движении и в обратную сторону, помимо указанного;

2. (сокр. от англ. valley view) - номер с видом на долину.

Бермудский план - метод расчета стоимости проживания, по которому в цену включен номер и завтрак.

Бизнес-класс - категория мест в самолете, по уровню комфорта находящихся между первым и экономическим классами **Бонус** (от лат. bonus добрый, хороший) - дополнительное вознаграждение, премия; дополнительная скидка.

Бильдербергский клуб - международная неправительственная мондеалистская организация. Объединяет мировых олигархов для совместной координации в области мировой политики, экономики и средств массовой информации в целях установления «нового мирового порядка». Клуб создан в мае 1954 г. в голландском городе Остербеек в отеле «Бильдерберг». В тайных заседаниях принимают участие многие государственные деятели и политики, выступающие за проект «Мирового Правительства». В идейном отношении осуществляет политику аналогичную Совету внешних сношений (США) на уровне олигархического «интернационала».

Биполярный мир- мировой порядок, основанный на доминировании в международных отношениях двух сверхдержав или общественно-политических систем (например, капитализма и социализма). Ялтинский мир, установившийся после окончания Второй мировой войны и просуществовавший до распада Советского Союза.

Бизнес-тур - тип туристической поездки, связанный с профессиональной деятельностью туриста. Обычно требует дополнительных специфических услуг: комнаты для переговоров, услуги секретаря и т. п. См. также деловой туризм.

Ботель (от англ. boat – hotel) - предприятие гостиничного типа для обслуживания водных туристов. Обычно располагается на берегу незамерзающего водоема.

Бренд - торговая марка, репутация, которую приобретает товар с данной маркой в результате рекламы, продаж и всей своей жизнедеятельности на рынке. Перепозиционирование бренда - перемены в рекламной политике.

Бунгало (bungalow) - отдельно стоящее обычно одноэтажное строение в отеле, чаще всего с верандой. Обычно в тропических странах. Зимний аналог бунгало - шале.

Бутик-отель - (англ. boutique hotel от франц. boutique - лавка, небольшой магазин) обычно небольшой отель, позиционируемый, как особенно стильный, роскошный и эксклюзивный. Часто оформляется в каком-либо тематическом стиле. Вероятнее всего, не принадлежит определенной цепочке отелей и построен по оригинальному проекту.

Бэпэкер - (от англ. backpack - рюкзак) жаргонное название самостоятельного туриста.

Ваучер - документ, на основании которого предоставляется оплаченное обслуживание туристам: проживание, питание, экскурсионное обслуживание, проезд на транспорте и т. д.

Вейкборд - (англ. wakeboard) активный водный вид спорта. Спортсмен буксируется катером, стоя на короткой широкой доске. Специально подготовленный катер поднимает за кормой волну, которую райдер (спортсмен-вейкбордист) может использовать в качестве трамплина для прыжков и трюков. Ср. водные лыжи, сноубординг См. также водные лыжи и вейкборд в городках Club Med.

Гастро-отель (гастрономический отель) - (от греч. желудок, чрево) отель, основным преимуществом размещения в которых считается ресторан с высоким уровнем кухни. Чаще всего ресторан гастро-отеля имеет звезды Мишлен, а гостиница позиционируется в качестве бутик-отеля.

Глобтроттер - [англ. globe-trotter < globe - шар + trot - бежать] - человек, много путешествующий по свету, склонный к скитаниям, странствованиям.

Горная болезнь – болезненное состояние, возникающее вследствие кислородного голодания при подъеме на большие высоты (св. 3000–3500 м). Развитию горной болезни способствуют повышенная ультрафиолетовая

радиация, низкая влажность воздуха и некоторые другие факторы высокогорья, а также утомление, охлаждение.

Горная болезнь - болезненное состояние, вызванное гипоксией вследствие понижения парциального давления кислорода на больших высотах (может ощущаться на высотах от 2000 м над уровнем моря), осложняемое физической усталостью, охлаждением, обезвоживанием, ультрафиолетовым излучением и иными факторами, характерными для восхождений в горы.

Гостиница (коллективное средство размещения, гостиничное предприятие) - юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющий на праве собственности, условиях аренды или ином законном основании имущественный комплекс (недвижимое имущество), находящийся под единым управлением (руководством), с числом номеров не менее десяти, и предназначенный для предоставления гражданам услуг гостиниц и аналогичных мест проживания. По нормативным документам Российской Федерации, гостиницы, включая туристские, входят в состав гостиничных предприятий, к которым также относятся мотели, кемпинги, общежития для приезжих и другие средства размещения.

Гостиничная деятельность - деятельность юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, обладающих или наделенных в установленном порядке имущественными правами на какое-либо коллективное средство размещения по непосредственному распоряжению и управлению им, для предоставления услуг размещения и обслуживания граждан, а также иная деятельность по организации и оказанию гостиничных услуг, включая их реализацию.

Гостевой чек - квитанция, предъявляемая хозяину ресторана или бара. Часто выполняется как часть ваучера.

Дестинация - территория, предлагающая определенный набор услуг, которые отвечают потребностям туриста, удовлетворяющая его спрос на перевозку, размещение, питание, развлечения и др. Например, курорт, как местность с хорошими рекреационными ресурсами, развитой инфраструктурой и материально-технической базой туризма, может рассматриваться как синоним дестинации. Но дестинация более широкое понятие. Например, для японцев Север Европы – одна большая дестинация, а курорты ее составляющая.

Диверсификация (лат. *diversus* – разный + *facere* – делать) – разнообразие, разностороннее развитие, изменение профиля деятельности, расширение ассортимента туристских услуг, разновидности коммерческого использования национальных туристских ресурсов.

Европейский план - метод расчета стоимости проживания, по которому в цену входит только номер, без питания.

Единый федеральный реестр туроператоров - официальный список юридических лиц, зарегистрированных в Российской Федерации, имеющих право на совершение туроператорской деятельности. Необходимым документом для включения в реестр является договор страхования ответственности туроператора либо банковская гарантия исполнения обязательств туроператора (финансовое обеспечение). Ведение реестра осуществляется федеральным органом исполнительной власти в сфере туризма. В реестре содержатся название компании-туроператора, ее адрес, сведения об учредителях, документ о внесении в ЕГРЮЛ, документ о постановке на учет в налоговом органе, ИНН, руководитель, размер финансового обеспечения, номер договора ответственности или банковской гарантии, сфера деятельности (международный туризм, внутренний туризм, международный и внутренний туризм), адреса структурных подразделений. Осуществление туроператорской деятельности лицами и организациями, не внесенными в федеральный реестр не допускается.

Завтрак американский - завтрак, включающий обычно мюсли, булочки, яйца, нарезки сыров и/или колбасы, сосиски, блинчики, омлет.

Завтрак английский - плотный завтрак, обычно включает в себя фруктовый сок, яичницу с ветчиной, тосты, масло, джем и кофе или чай.

Завтрак континентальный - легкий завтрак, состоящий из кофе или чая, сока, булочки, масла и джема. Ср. завтрак английский.

Заказник - участок территории или акватории, выделенный для сохранения и восстановления отдельных экосистем или их компонентов, где постоянно или временно запрещены отдельные виды и формы хозяйственной деятельности. Обычно заказник создается для охраны одного или многих видов животных, растений, а также отдельных компонентов природы и природного комплекса в целом. Заказник – разновидность природных особо охраняемых территорий и акваторий. Различают заказники: бессрочные, долгосрочные (свыше 5 лет, после истечения срока в случае необходимости он может быть продлен) и краткосрочные (до 5 лет). В зависимости от вида объекта различают заказники; водные, зоологические, ботанические, геологические и др., а также комплексные – ландшафтные.

Заповедник – значительный участок природной территории (акватории), полностью исключенный из сферы хозяйственной деятельности человека для охраны и изучения природного комплекса в целом. Заповедники относятся к природным особо охраняемым территориям и акваториям, земли которых передаются в бессрочное пользование.

Звезда Travel.ru - ежегодная российская некоммерческая потребительская премия в области туризма, первая премия подобного рода в России. Вручается с 2003 г. Организуется туристическим порталом Travel.ru. Туристы и путешественники в ходе продолжительного интернет-голосования выбирают лучшие авиакомпании, аэропорты, курорты, отели, турфирмы, туристические средства информации, интернет-сайты и т. д. Победитель в каждой из номинаций выбирается простым большинством голосов. Сайт премии: zvezda.travel.ru.

Зеленый коридор - место пересечения границы при провозе вещей, не подлежащих обязательному таможенному декларированию.

Зона отдыха – рекреационная зона – природная территория, традиционно используемая населением, или специально организованная территория для кратко– и долгосрочного отдыха. Размещается обычно в пределах зеленой зоны. В качестве зон отдыха иногда рассматриваются также парковые, лесопарковые и иные массивы зеленых насаждений и места отдыха внутри населенных пунктов.

Инициативные туроператоры - выездные туроператоры, которые ориентируют турпакеты на зарубежные страны. Международные инициативные туроператоры – это операторы, отправляющие туристов за рубеж по договоренности с принимающими (рецептивными) туроператорами или напрямую с туристскими предприятиями. Классический инициативный туроператор формирует сложные маршрутные туры, комплектуя их из услуг местных туроператоров в разных местах посещения (по маршруту), обеспечивает проезд к месту начала путешествия и обратно и организует предоставление внутримаршрутного транспорта и т.д.

Инициативные туроператоры - это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями. Отличием их от туристских агентств, занимающихся исключительно продажей чужих туров, является то, что они занимаются комплектацией туристского продукта, состоящего, по нормам Всемирной туристской организации (ВТО), не менее чем из трех услуг (размещения, транспортировки туристов и любой другой, не связанной с первыми двумя). Классический инициативный туроператор формирует сложные маршрутные туры, комплектуя их из услуг местных туроператоров в разных местах посещения (по маршруту), обеспечивает проезд к месту начала путешествия и обратно и организует предоставление внутримаршрутного транспорта.

Инсайдинг - вид туроперейтинга, планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт — то есть туры по территории своей страны для своих сограждан. Инсайд -туроперейтинг базируется на туристическом

потенциале своей страны, и ориентирован на удовлетворение туристических потребностей своих сограждан.

Инcentив-туризм - поездки, которыми фирмы награждают своих работников за высокие показатели в работе.

Инcentив-тур - (от англ. incentive - стимул, поощрение) тур, являющийся официальной наградой, поощрением сотрудников и (или) партнеров корпорации. Может совмещать рекреационные цели с корпоративными, включая элементы конференций, тренингов, выработки корпоративного духа и повышения уровня лояльности сотрудников, посещения деловых мероприятий и т. д.

Кабана - [кабана] (от исп. cabana), легкое отдельно стоящее сооружение, домик или коттедж на берегу (пляже) иногда оборудованные спальней. В американском английском кабанами называют кабинки для переодевания на пляже.

Каботажная цена - (от фр. sabotage) цена со скидкой для жителей определенной страны, путешествующих внутри этой страны.

Кайонинг - спуск по горным рекам и водопадам в гидрокостюмах без применения плавсредств.

Кайтинг, кайт-серфинг - (от англ. kite - воздушный змей) буксировка человека специальным парашютом - воздушным змеем (кайтом). При буксировке по снегу или льду могут быть применены любые средства скольжения: горные или простые лыжи, сноуборд и т. д. При буксировке по воде используется специальная доска - кайтборд - аналог серфа в виндсерфинге. Популярные места для кайтинга: о. Боракай (Филиппины), курорт Муй-Не (Вьетнам), Кабаре-бэй (Доминикана) и т. д. См. также кайт-серфинг в городках Club Med

Кашрут - совокупность правил и норм в иудаизме. Обычно в быту под кашрутом понимают иудейские пищевые законы, см. кошерный стол.

Квота (ср. лат. quota – часть, приходящаяся на каждого, с лат. quot – сколько) – доля, часть, норма чего-либо допускаемого.

Кейтеринг - (англ. catering - общественное питание) предоставление питания и напитков вне помещения кафе или ресторана.

Клубная система отдыха - система, в которой отдыхающие являются членами того или иного клуба (членство обычно предусматривает выплаты ежегодных членских сборов). В клубных системах популярны схемы таймшера.

Код-шеринг - (англ. Code sharing — совместное использование кода) соглашение между двумя авиакомпаниями о совместной коммерческой эксплуатации авиарейса. Одна из авиакомпаний организует рейс (т. е. является оператором), вторая продает авиабилеты на этот рейс от своего имени и под двойным кодом (своим и компании-оператора).

Комиссия (комиссионные) - в туризме денежные средства в виде жестко установленной суммы или некоторого процента от продажной цены, предлагаемые

туроператорскими или транспортными компаниями своим агентам за продажу туристического продукта.

Компенсация (лат. compensatio, compensare – уравнивать; возмещать) – вознаграждение за что-нибудь, возмещение.

Консульский отдел посольства - подразделение посольства, осуществляющее консульские функции на территории государства пребывания. Осуществляет контакты с местными властями, занимается обслуживанием граждан, решением их проблем в рамках законодательства и оформлением документов (визы, паспорта, нотариальные документы, справки и т. д.).

Континентальный план - метод расчета стоимости проживания, по которому в цену включен номер и континентальный завтрак.

Красный гид Мишлен - (франц. Guide Michelin и Guide rouge) наиболее известный и влиятельный в мире рейтинг ресторанов. Впервые выпущен в 1900 г. Андрэ Мишленом. Ресторанам, вошедшим в рейтинг, может присваиваться от одной до трех звезд. Критерии рейтинга являются тайной.

Лимит ответственности - страховая сумма, указанная в договоре страхования, в пределах которой страховщик несет ответственность перед страхователем и (или) третьими лицами), максимально возможная сумма страхового возмещения.

Лобби - (англ. lobby - холл, вестибюль) в отеле помещение для приема, оформления и отдыха гостей обычно в виде фойе или большого холла, оборудованного сидячими местами. Часто при лобби работает лобби-бар. Ср. ресепшн.

Логотип - (гр. logos слово + typos отпечаток) – фирменный товарный знак (оригинальное начертание, изображение полного или сокращенного наименования фирмы или товаров), применяемый специально с целью привлечения внимания к фирме и ее товарам.

Лофт - (от англ. loft - чердак) открытый спальный ярус (антресоль) в помещении. В гостиничных номерах лофты могут использоваться для дополнительных и/или детских спальных мест.

Международный туризм– систематизированная и целенаправленная деятельность предприятий сферы туризма, связанная с предоставлением туристских услуг и туристского продукта иностранным туристам на территории какой-либо страны (въездной туризм) и путешествиями лиц, постоянно проживающих в какой-либо стране, за рубежом (выездной туризм).

Модифицированный американский план - метод расчета стоимости проживания, по которому в цену включен номер и двухразовое питание (завтрак и обед или завтрак и ужин).

Натуризм - (от лат. natura - природа) часто синоним нудизма, в более широком смысле движение с элементами философского учения, целью которого является сближение человека и природы.

Национальный парк природный (природно-исторический) – обширная природная территория (акватория), имеющая большое количество достопримечательных объектов высокой культуры, научной и рекреационной значимости. Задачи национального парка заключаются в сохранении экосистемы и отдельных объектов природы и культуры, удовлетворении рекреационных потребностей населения, проведении (или содействии проведению) научных исследований, а также в воспитании у посетителей любви к природе и бережного отношения к ней. Территория национального парка частично или полностью изымается из традиционного хозяйственного пользования. В ее пределах выделяются так называемые функциональные зоны: заповедная, буферная и рекреационная. Каждая зона характеризуется особым режимом охраны и использования природных ресурсов:

- в заповедной зоне разрешается только проведение научных исследований;

- в буферной – ограничен туризм по строго определенным маршрутам и учебным тропам;

- в рекреационной – туризм, экскурсии, отдых и санаторно-курортное лечение.

Научный туризм - тип туризма, целью которого является участие в тех или иных научных программах, как правило, без извлечения туристом материальной выгоды. Это может быть, к примеру, наблюдение за миграциями и изменениями популяции животных, участие в археологических раскопках и т. д. Научный туризм достаточно широко распространен в США и странах Европы. Выделяют экспедиционные научные туры и самостоятельные научные поездки. Научный туризм следует отделять от ознакомительных поездок.

Охрана природы – система мероприятий по сохранению, рациональному использованию и восстановлению природных ресурсов для создания оптимальных условий существования человека и его гармоничного взаимоотношения с окружающей средой.

Оферта - (от лат. offero - предлагаю) формальное предложение на заключение сделки с указанием условий.

Памятники природы – уникальные или типичные природные объекты, имеющие научную, культурную или рекреационную ценность. К памятникам природы относятся небольшие по площади территории урочища (участки долин, отдельные рощи или сообщества редких видов травянистых растений), а также обособленные объекты (водопады, пещеры, деревья,

редкие и опорные геологические обнажения, скалистые останцы, эталонные участки месторождений полезных ископаемых, минеральные источники, метеоритные кратеры и пр.). К памятникам природы могут относиться также природно-антропогенные объекты: старинные парки, аллеи, озера на месте бывших карьеров.

Пакетный тур (пэкидж-тур) - тур, включающий в себя некоторый набор услуг (перевозка, размещение, питание, экскурсии и т. д.), общая продажная стоимость которого равна стоимости его элементов.

Парасейлинг - катание на парашюте, который привязан тросом к моторной лодке.

Партнерство - участие в формировании Уставного фонда в виде взносов, участие в управлении по «партнерскому соглашению».

Перевозчик – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющее на праве собственности, условиях аренды или ином законном основании права на пассажирское транспортное средство (наземное, водное или воздушное) и осуществляющие регулярные или чартерные перевозки туристов и их багажа на коммерческой основе.

Перевозчик воздушный (авиаперевозчик) – эксплуатант, имеющий лицензию на осуществление воздушной перевозки пассажиров, багажа, грузов, почты и осуществляющий регулярные или чартерные перевозки туристов и их багажа на коммерческой основе.

Перестрахование - вторичное страхование, при котором страховщик (цедент) передает часть своей ответственности по объекту страхования другому страховщику (цессионеру) с целью создания сбалансированного страхового портфеля.

Полный пансион - завтрак, обед, ужин.

Полупансион — двухразовое питание.

Преференции (лат. *praeferre* – предпочитать) – преимущества, создающие особо благоприятный режим для одного или нескольких государств при ввозе всех или отдельных групп импортируемых товаров.

Природные особо охраняемые территории и акватории – охраняемые территории, участки суши и водного пространства, исключенные полностью или частично из традиционного хозяйственного пользования и предназначенные для сохранения экологического равновесия, охраны природных ресурсов, типичных и уникальных природных объектов, удовлетворения познавательных и рекреационных потребностей населения.

Расчетный час - момент начала (окончания) суток (обычно 12 часов дня), до наступления которого клиент гостиницы обязан освободить номер либо оплатить полностью или частично следующую ночевку.

Регионализация - процесс формирования и развития межгосударственных экономических и других объединений на основе близости социокультурных (морально-этических, религиозных и др.) факторов. В современном мире регионализация выступает как ответ на вызов глобализации мирового хозяйства.

Реквизит - обязательные данные, установленные законом или положениями для документов.

Рецептивные туроператоры - туроператорские компании, которые комплектуют туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договора с поставщиками услуг (гостиницами, ресторанами и т.п.).

Ресурсы (фр. *ressources*) - средства, запасы, возможные источники чего-либо (природные, экономические, туристские).

Сегмент рынка - совокупность потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга.

Сертификат (фр. *certificat*, лат. *certum* – верно + *facere* – делать) – официальное письменное удостоверение о чем-нибудь: сертификат качества (документ, удостоверяющий качество товара).

Сертификация — форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов, положениям стандартов или условиям договоров.

Специализированные средства размещения – санаторно-курортные (лечебно-профилактические) организации, организации отдыха и туризма. В их числе – санатории и пансионаты с лечением, санатории-профилактории, дома отдыха, пансионаты, базы и другие организации отдыха, туристские базы.

Статус (лат. *status* – состояние дел, положение) – правовое положение, сложившееся положение.

Страхование - финансовое обеспечение от возможного ущерба путем периодических (страховых) взносов специальному учреждению (страховой компании – страховщику), которое выплачивает денежное (страховое) возмещение страхователю в случае такого ущерба.

Страховой полис - юридическое подтверждение договора страхования.

Страховой пул - «общий котел», резерв, куда направляются все подлежащие перестрахованию риски по всему страховому портфелю или по отдельным видам страхования.

Страховой риск - вероятностное событие, на случай наступления которого проводится страхование (личное, имущественное, страхование ответственности).

Страховой случай - свершившееся страховое событие, с наступлением которого возникает обязанность страховщика произвести выплату страхователю.

Страховой фонд (страховые резервы) – совокупность финансовых резервов, предназначенных для предупреждения, локализации и возмещения ущерба, нанесенного страхователю в результате страхового случая.

Таймшер - (англ. time share - разделенное время) покупка права пользования номером на определенное время (обычно на одну-две недели) в той или иной гостинице (пансионе, апартаментах) в течение продолжительного периода; при этом, как правило, создаются условия для обмена, что позволяет владельцам таймшеров менять места отдыха; транспортные расходы в оплату таймшера не входят. Время пользования делится на «красное» («сезон», самое дорогое), «белое» («межсезонье»), «голубое» («несезон»). Совладелец кондоминиума (владелец таймшера) может отдыхать в апартаментах в «свои» недели или сделать обмен: на место в рамках своего цвета, красного цвета на красный, белый, голубой; белого цвета – на белый и голубой, региона на регион; при обмене престижного региона на менее престижный увеличивается время отдыха. В России около 20 тыс. владельцев таймшера вывезли за рубеж с 1991 г. свыше \$1 млрд.

Таймрат - право на продолжительный отдых и лечение (от 1 года до 20 лет) без права владения недвижимостью (заключается договор аренды).

Такс-фри - система частичного возврата налога на добавленную стоимость в ряде стран при покупке и вывозе товара иностранцами. Как правило, используется в крупных магазинах при приобретении товара свыше определенной суммы. Деньги могут возвращаться при пересечении границы или в стране постоянного пребывания.

Трансфер (англ. transfer и фр. transfert) – внутримаршрутные перевозки: аэропорт-гостиница, гостиница-пляж и др.

Трекинг - пешие походы по пересеченной местности, не требующие специальной подготовки участников.

«Треугольники роста» представляют собой транснациональные экономические зоны, распространенные на довольно большой, но четко определенной географической территории, в которой различия в имеющихся факторах трех или более стран и/или субрегионов используются с целью развития внешней торговли и привлечения иностранных инвестиций. Считается, что функции «треугольника роста» в экономическом развитии значительно шире

функций еврорегионов, так как они позволяют соединять в единое целое регионы (типы регионов), обладающие взаимодополняющими видами ресурсов. В идеале, три региона включают по одному из компонентов экономической системы: земля - труд - капитал; четвертый компонент - предпринимательские способности - есть результат взаимодействия всех трех регионов или типов регионов. Таким образом, создавая подобное стратегическое объединение, географически смежные субрегионы могут использовать принцип сравнительных преимуществ.

Тур (франц. *tour* – прогулка, поездка) – в международном туризме – туристское путешествие с заранее спланированными параметрами (маршрут, набор услуг, сроки); организуется фирмой-туроператором с реализацией по единой цене).

Туристские формальности - процедуры, связанные с соблюдением туристами, пересекающими государственную границу, определенных условий, правил и требований, установленных государственными органами страны выезда и пребывания. Формальности подразделяются на группы: паспорта и визы; валютный контроль и контроль за обменом валюты; таможенные правила и медицинские формальности.

Туроператорский каталог (каталог маршрутов) – официальное информационно-справочное издание туроператора, содержащее детальное описание стандартного турпродукта, предлагаемого туроператором к розничной продаже, в том числе описание направления (региона) посещения и маршрута, его экскурсионных возможностей, характеристики средств размещения и предлагаемые услуги, правила розничной продажи турпродукта. Туроператорский каталог, в том случае, если в нем приведены существенные условия договора на туристское обслуживание, имеет характер публичной оферты. Туроператор несет ответственность за достоверность сведений, содержащихся в его каталоге. В зависимости от полноты информации каталог может быть официальным (фирменным), рекламным, Генеральным или специальным.

Туроператорский каталог конфиденциальный - официальное информационно-справочное издание туроператора, содержащее детальное описание турпродукта, предлагаемого туроператором к мелкооптовой продаже турагентам, входящим в его агентскую сеть, и содержащий сведения о различного рода скидках, условиях бронирования поездок и т. д.

Флотель (от англ. *floating – hotel* - плавучий отель) – сезонная гостиница на плавучем основании (дебаркадер, баржа, бывший теплоход и др.). Обеспечивает туристов комплексным обслуживанием (размещение, питание и пр.) Используется в местах, где характер береговой полосы или

ценность ландшафта исключает возможность строительства стационарного гостиничного предприятия.

Франчайзинг - метод предпринимательства, благодаря которому предприниматель (франчайзополучатель, франчайзи) может объединиться с уже действующей большой цепью (франчайзодателем, франчайзером).

Франшиза (фр. franchise – льгота, вольность) – определенная часть убытков страхователя, не подлежащая возмещению страховщиком. Может быть условной, безусловной, скрытой. При условной франшизе денежные средства, составляющие ее, вычитаются из суммы ущерба при определенных условиях. При безусловной франшизе денежные средства, составляющие франшизу, вычитаются из любой суммы ущерба. Скрытая франшиза не имеет прямого определения, она маскируется в правилах страхования, например, словами «первые сутки пребывания в госпитале турист оплачивает сам».

Хадж - (араб. حَجّ - возвращение) один из важнейших обрядов ислама - паломничество с посещением Мекки и ее окрестностей в определенный период с совершением ряда определенных ритуалов. Хадж вменен в обязанность каждому мусульманину. В настоящее время хадж может организовываться специализированными хадж-операторами.

Халяль - (араб. законное, дозволенное) дозволенные шариатом поступки. Чаще всего в быту под халялем понимается дозволенная мусульманам пища.

Халяльный стол (халяльная пища, халяльное меню) - (араб. дозволенный, законный) еда и напитки, дозволенные нормами ислама - шариатом. Халяль разрешает то, что не запрещено, запрещено же употреблять свинину, кровь, мясо животных, умерших собственной смертью (мертвечину), мясо задушенных животных, алкогольные напитки. Животные, предназначенные в пищу должны быть забиты с особыми ритуалами, с произнесением имени Аллаха.

Хаммам (хаммам) - турецкая баня.

Хостел — молодежная гостиница.

Чартер - аренда транспортного средства с экипажем для проведения запланированного рейса. Обычно чартерные рейсы дешевле, чем регулярные (совершаемые по расписанию).

Шенгенская виза (Шенген) - (по названию деревни в Люксембурге) единая виза, которая дает возможность беспрепятственно передвигаться по территории стран Шенгенского соглашения в течение срока действия визы. См. список стран Шенгенского соглашения

Энотуризм - (от греч. οἶνος - вино и туризм) разновидность туризма, целью которого является знакомство с винными традициями определенного региона. Специализированные туры могут включать в себя посещение виноградников, виноделен, ресторанов, винных фестивалей и иных мероприятий и т. д.

Источники:

1. Глоссарий туристских терминов словарь англо-русских и русско-английских соответствий: свыше 10 500 терминов Е.В. Мошняга; Российская международная академия туризма. Мошняга, Е.В. – М.: Советский спорт, 2008. – 456 с. (3 экз.).
2. Россия. Электронный энциклопедический словарь. – Режим доступа: www.novrosen.ru/Russia/index.htm
3. Сарыбеков М.Н., Сыдыкназаров М.К. Словарь науки. Общенаучные термины и определения, науковедческие понятия и категории: учебное пособие. Издание 2-ое, доп. и перераб. – Алматы.: ТРИУМФ-Т, 2008. – 504 с. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/resource/702/71702>
4. Сенин, В.С. Туризм: мини-словарь /В.С. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 64 с.