



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

**ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА**

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП

Барашок И.В.

« 20 » января 2021г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор департамента туризма  
и гостеприимства

Овчаренко Н.П.

« 20 » января 2021г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)

**Направление подготовки 43.03.02 Туризм**

**Форма подготовки очная**

курс 1 семестр 2

лекции 18 час.

практические занятия 18 час.

лабораторные работы 00 час.

в том числе с использованием МАО 36 час.

всего часов аудиторной нагрузки 36 час.

самостоятельная работа 108 час.

в том числе на подготовку к экзамену 36 час

контрольные работы (количество) не предусмотрены

курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены

зачет 0 семестр

экзамен 2 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017 № 516.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента туризма и гостеприимства, протокол № 5 от «20» января 2021 г.

Директор Департамента : к.т.н., доцент, Овчаренко Н.П.

Составитель: старший преподаватель, Глушко Н.А.

Владивосток

2021

**Оборотная сторона титульного листа РПУД**

**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)

**III. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

## I. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель освоения дисциплины заключается в формировании профессиональных компетенций, связанных с организацией туристской деятельности в туристских компаниях, в том числе в формировании комплекса знаний о разных этапах организации и сопровождении туристов на выездных и въездных туристских маршрутах, которые должен освоить обучающийся.

Задачи:

- формирование представления об основных элементах и принципах работы туристической индустрии;
- ознакомление с ресурсным потенциалом заданного туристского рынка, как основы формирования туристского продукта;
- ознакомление с требованиями к составу услуг в различных специализированных туристских программах;
- выработка умения самостоятельной разработки турпродукта, составления программ туристского обслуживания.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Проектный	ПК-3 Способен к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	ПК-3.1 Обеспечивает создание базы данных по туристским продуктам и услугам.
		ПК-3.2 Участвует в формировании туристских продуктов.
		ПК-3.3 Разрабатывает туристский маршрут.
		ПК-3.4 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.
		ПК-3.5 Изучает новые информационные технологии для использования при продвижении и реализации туристского продукта.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-3.1 Обеспечивает создание базы данных по туристским	Знает теоретические основы и особенности обслуживания потребителей и туристов в туристских

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
продуктам и услугам	компаниях и туристских маршрутах
	Умеет применять современные технологии для создания и структурирования собранной информации профессионального характера
ПК-3.2 Участвует в формировании туристских продуктов	Знает организации туристской индустрии, туристские регионы и территории
	Умеет анализировать запросы, потребности и ключевые ценности потребителей туристского продукта
ПК-3.3 Разрабатывает туристский маршрут	Знает основные составляющие туристского продукта, включающий основные, дополнительные и сопутствующие туристские услуги
	Умеет применять навыки поиска информации языкового, культурного, страноведческого характера из достоверных источников для достижения профессиональных целей
ПК-3.4 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	Знает основы организация процесса обслуживания потребителей и (или) туристов, формирование взаимоотношений с потребителем
	Умеет консультировать и информировать клиентов о состоянии рынка туристских услуг определенного региона
ПК-3.5 Изучает новые информационные технологии для использования при продвижении и реализации туристского продукта	Знает ассортимент, характеристики и информацию о стоимости предлагаемых туристских продуктов
	Умеет использовать современные информационные технологии в сфере туризма и гостеприимства

## II. Трудоёмкость дисциплины и видов учебных занятий по дисциплине

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы (144 академических часа).

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Видами учебных занятий и работы обучающегося по дисциплине могут являться:

Обозначение	Виды учебных занятий и работы обучающегося
Лек	Лекции
Лаб	Лабораторные работы
Пр	Практические занятия
ОК	Онлайн курс
СР	Самостоятельная работа обучающегося в период теоретического обучения
Контроль	Самостоятельная работа обучающегося и контактная работа обучающегося с преподавателем в период промежуточной аттестации

## Структура дисциплины:

Форма обучения – очная.

№	Наименование раздела дисциплины	Семестр	Количество часов по видам учебных занятий и работы обучающегося					Формы промежуточной аттестации, текущего контроля успеваемости	
			Лек	Лаб	Пр	ОК	СР		Контроль
1	Определение и анализ туристической деятельности и ее влияния / Defining and analyzing tourism and its impacts	2	9	0	9		72	36	экзамен
2	Формирование туристического продукта / The Travel and Tourism product	2	9	0	9				
Итого:			18		18		72	36	

### III. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

#### Лекционные занятия

**(18 час., в том числе 18 час. с использованием методов активного обучения)**

**Раздел I. Определение и анализ туристической деятельности и ее влияния (9 час.) / Defining and analyzing tourism and its impacts (9 hours)**

**Тема 1. Professional etiquette of a hospitality industry (2 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод лекции-дискуссии, метод мозгового штурма (2 час.)*

-Dress code and grooming

-Professional communication

-Intercultural communication

- Principles and differences of work and communication with partners and clients from other countries

-Additional skills and knowledge for a tourism industry employee

-Workshops and fam-tours

## **Тема 2. An introduction to tourism and Tourism impacts (2 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод лекции-дискуссии, метод командной работы (2 час.)*

- Why do we study tourism?
- Defining tourism
- The tourist product
- The nature of tourism
- The tourist destination
- National and international importance of tourism
- Economic, sociocultural, environmental impacts of tourism

## **Тема 3. Tourism mechanisms: operators and agencies (5 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод лекции-дискуссии, метод парной работы (5 час.)*

- Main participants
- Types of tourism (internal, external, domestic, international)
- Types of companies and their basic structure
- Types of tourists
- Tour operating
- Selling and distributing travel and tourism
- Guest lecture (charter tours operator): Guest's company presentation, discussion session

## **Раздел II. Формирование туристического продукта (9 час.)/**

### **The Travel and Tourism product (9 hours)**

## **Тема 4. Current situation analysis: destinations and tendencies. (2 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод лекции-дискуссии, метод блиц-опроса (2 час.)*

- Tourist destinations
- What defines a destination?
- Categorizing destinations
- The media and their influence on tourist destinations

- Destinations of the future
- Brief analysis of tour market and its tendencies in the region, country and other countries
- Main challenges and problems of the industry in the region

#### **Тема 5. Tourism logistics, accommodation and F&B sectors (3 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод лекции-дискуссии, метод блиц-опроса, метод мозгового штурма (3 час.)*

- Types of transfers and transport
- Tourist transport by air
- Tourist transport by water
- Tourist transport on land
- Tourists on foot
- Extra transport services
- Excursions organizations
- The structure of the accommodation sector
- Classifying and grading accommodation
- The nature of demand for accommodation facilities
- The distribution of accommodation
- Famous hotel chains in the world
- Basic structure of a hotel management
- Duties and responsibilities in the hotel
- Check-in and check-out procedure
- Environmental issues
- Effects of diet trends
- Types of food services on a tour
- Types of food services in a hotel
- Catering

#### **Тема 6. How to narrow down your product (2 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод лекции-дискуссии, метод блиц-опроса, метод мозгового штурма (2 час.)*

- The structure and organization of the travel and tourism industry
- Integration in the tourism industry
- Tourist attractions: defining the attraction
- Cultural tourism
- Religious tourism
- Shopping
- Gastronomic tourism
- Other attractions
- Events
- Sports tourism
- The growth and promotion of dark tourism
- Business tourism
- Trends in business tourism
- The meetings industry
- Incentive travel
- Exhibitions and trade fairs
- Guest lecture (medical tourism): Guest's company presentation, discussion session

#### **Тема 7. Tour budgeting and documenting (2 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод лекции-дискуссии, метод блиц-опроса (2 час.)*

- Visa, insurance, necessary documentation and their varieties
- Logistics, accommodation and food
- Entertainment (excursions, events, etc.)
- Planning and calculation of the tour (costs, expenses, pricing, discounts, agents' margin, etc.)
- Regulation and laws
- Complaints and dealing with them
- Ways of payment and its guarantee

#### **IV. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА И САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**



## **Практические занятия**

**(18 час., в том числе 18 час. с использованием методов активного обучения)**

**Раздел I. Определение и анализ туристической деятельности и ее влияния (9 час.) / Defining and analyzing tourism and its impacts (9 hours)**

**Тема 1. Professional etiquette of a hospitality industry (2 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод дискуссии, метод мозгового штурма (2 час.)*

- Dress code and grooming
- Professional communication
- Intercultural communication
- Principles and differences of work and communication with partners and clients from other countries
- Additional skills and knowledge for a tourism industry employee
- Workshops and fam-tours

**Тема 2. An introduction to tourism and Tourism impacts (2 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод дискуссии, метод командной работы (2 час.)*

- Why do we study tourism?
- Defining tourism
- The tourist product
- The nature of tourism
- The tourist destination
- National and international importance of tourism
- Economic, sociocultural, environmental impacts of tourism

**Тема 3. Tourism mechanisms: operators and agencies (5 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод дискуссии, метод парной работы (5 час.)*

- Main participants
- Types of tourism (internal, external, domestic, international)

- Types of companies and their basic structure
- Types of tourists
- Tour operating
- Selling and distributing travel and tourism

## **Раздел II. Формирование туристического продукта (9 час.)/**

### **The Travel and Tourism product (9 hours)**

#### **Тема 4. Current situation analysis: destinations and tendencies. (2 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод дискуссии, метод блиц-опроса, метод кейс-задачи (2 час.)*

- Tourist destinations
- What defines a destination?
- Categorizing destinations
- The media and their influence on tourist destinations
- Destinations of the future
- Brief analysis of tour market and its tendencies in the region, country and other countries
- Main challenges and problems of the industry in the region
- Case-study: brief analysis of a specific region

#### **Тема 5. Tourism logistics, accommodation and F&B sectors (3 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод дискуссии, метод блиц-опроса, метод мозгового штурма, метод кейс-задачи (3 час.)*

- Types of transfers and transport
- Tourist transport by air
- Tourist transport by water
- Tourist transport on land
- Tourists on foot
- Extra transport services
- Excursions organizations
- The structure of the accommodation sector
- Classifying and grading accommodation

- The nature of demand for accommodation facilities
- The distribution of accommodation
- Famous hotel chains in the world
- Basic structure of a hotel management
- Duties and responsibilities in the hotel
- Check-in and check-out procedure
- Environmental issues
- Effects of diet trends
- Types of food services on a tour
- Types of food services in a hotel
- Catering
- Finding accommodation (specific request)

**Тема 6. How to narrow down your product (2 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод лекции-дискуссии, метод блиц-опроса, метод мозгового штурма (2 час.)*

- The structure and organization of the travel and tourism industry
- Integration in the tourism industry
- Tourist attractions: defining the attraction
- Cultural tourism
- Religious tourism
- Shopping
- Gastronomic tourism
- Other attractions
- Events
- Sports tourism
- The growth and promotion of dark tourism
- Business tourism
- Trends in business tourism
- The meetings industry
- Incentive travel

-Exhibitions and trade fairs

### **Тема 7. Tour budgeting and documenting (2 час.)**

*Метод активного/ интерактивного обучения – метод дискуссии, метод блиц-опроса, метод кейс-задачи (2 час.)*

-Visa, insurance, necessary documentation and their varieties

-Logistics, accommodation and food

-Entertainment (excursions, events, etc.)

-Planning and calculation of the tour (costs, expenses, pricing, discounts, agents' margin, etc.)

-Regulation and laws

-Complaints and dealing with them

-Ways of payment and its guarantee

-Case-study: dealing with unhappy customers

## **V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» включает в себя:

– план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;

– 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.

## План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата / сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	10 неделя	Изучение кейс-задач	36	Устный опрос
	14 неделя			
	18 неделя			
2.	В течение семестра	Написание конспекта	36	Блиц-опрос
3.	В течение семестра	Подготовка к экзамену	36	Тестирование
ИТОГО			108	

### Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Особое значение для освоения теоретического материала и для приобретения и формирования умений и навыков имеет самостоятельная работа студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» предусматривает изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, написание конспектов, решение кейс-задач, подготовку к блиц-опросам, и промежуточной аттестации – экзамену.

Для самопроверки усвоения материала, подготовки к выполнению работ и сдаче экзамена студентам предлагаются вопросы для самоконтроля.

### Рекомендации по работе с литературой

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

– при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;

– для более глубокого усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;

– чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных источников (возможно альтернативных);

– не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо выделить и законспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

### **Методические указания к выполнению конспекта**

Конспект (лат. conspectus — обозрение, обзор, очерк) — краткое изложение или краткая запись изучаемого или пройденного материала. Целями написания конспекта являются:

- проработка и закрепление изучаемого материала;
- развитие навыков краткого изложения материала с выделением лишь самых существенных моментов, необходимых для раскрытия сути проблемы;
- развитие навыков анализа изученного материала и формулирования собственных выводов по выбранному вопросу в письменной форме, научным, грамотным языком.

Порядок написания конспекта:

1. Сокращения слов. Рекомендуется делать сокращения, но только так, чтобы потом можно было разобрать, что написано. В противном случае оформление подробного конспекта становится бессмысленным, а воспользоваться им с целью качественной подготовки к предстоящему экзамену вряд не получится.

2. Использование аббревиатур помогает записать больше полезной информации в самые кратчайшие сроки с сохранением смысла содержания. Сокращать можно не только слова, но также целые словосочетания, которые в итоге все равно будут доступны к пониманию.

3. Оформление конспекта. При написании конспекта желательно соблюдать отступы абзацев, выделять важные моменты в содержании, оставлять пустые строки для условного разделения тем и легкого восприятия,

а также активно использовать цитаты, списки, перечни, подзаголовки.

4. Важные пометки. На полях в конспекте желательно делать пометки, можно графически, но так, чтобы они были понятны студенту во время подготовки к экзамену.

5. Пустые места в конспекте. Желательно не оставлять пробелов в тетради и памяти. Если что-то не успели записать, необходимо своевременно проконсультироваться с преподавателем.

### **Порядок сдачи конспектов и их оценивание**

Конспект выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

Конспект должен быть составлен по всем пройденным темам, включая пропущенные, по причине отсутствия на занятии.

Так же краткий конспект должен быть составлен и своевременно сдан по всем заданиям самостоятельной работы студента, где требуется подготовить устное сообщение.

При оценке составление конспекта учитывается его соответствие пройденному материалу, спектр и глубина охваченных тем.

По результатам проверки конспекта и его защиты студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

### **Критерии оценки конспекта**

– 100-86 баллов выставляется студенту, если студент проработал и дал правильные ответы на все поставленные задания и вопросы;

– 85-76 баллов – материал проработан, но студент затрудняется или своевременно не готов ответить на 2-3 вопроса/задания по конспекту;

– 75-61 балл – материал проработан, но студент затрудняется или своевременно не готов ответить на 4-5 вопросов/заданий по конспекту;

– 60 и менее баллов – материал проработан, но студент затрудняется или своевременно не готов ответить на все вопросы/задания по конспекту.

## **Тематика конспектов**

1. Professional etiquette of a hospitality industry.
2. An introduction to tourism and Tourism impacts.
3. Tourism mechanisms: operators and agencies.
4. Current situation analysis: destinations and tendencies.
5. Tourism logistics, accommodation and F&B sectors.
6. How to narrow down your product.
7. Tour budgeting and documenting.

### **Методические указания к решению кейс-задачи**

Кейс-задача – это описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Кейс-задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на будущей профессиональной деятельности, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями.

Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять.

### **Порядок сдачи кейс-задачи и ее оценивание**

Кейс-задача выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке решения кейс-задачи учитывается степень изученности проблемы, содержание и аргументированность ответа.

По результатам проверки кейс-задач и их защиты студенту выставляется



определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

### **Критерии оценки кейс-задачи**

- 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие;

– 85-76 баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено 2-3 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 75-61 балл - студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Допущено не более 5 ошибок в смысле или содержании проблемы;

– 60 и менее баллов – если работа представляет собой полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы.

### **Варианты кейс-задач**

1. Brief analysis of a specific destination
2. Finding a hotel on a specific request
3. Dealing with unhappy customers

### **Методические рекомендации для подготовки доклада, сообщения/ презентаций**

Для подготовки устных сообщений или презентаций желательны иллюстративные (фото- и видео-) материалы, статистические диаграммы и таблицы.

Общие требования к презентации:

- презентация не должна быть меньше 10 слайдов;
- первый слайд– это титульный слайд, на котором обязательно должны быть представлены: название проекта; фамилия, имя, отчество автора.

Для оформления презентации обязательным требованием является использование фирменного стиля университета.

### **Критерии оценки (устного доклада, сообщения, в том числе выполненных в форме презентаций)**

100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно

85-76 - баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся различные данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы

75-61 балл – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы

60 и менее баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без собственных комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### **Вопросы для самоконтроля**

Вопросы для самоконтроля предназначены для самопроверки студентом

усвоения материала, подготовки к выполнению и семестровых заданий и сдаче экзамена. Для удобства пользования вопросы для самоконтроля разбиты по разделам и темам теоретической части курса дисциплины.

### **Тема 1. Professional etiquette of a hospitality industry**

Dress code and grooming

Professional communication styles

Intercultural communication patterns

Principles and differences of work and communication with partners and clients from other countries

Additional skills and knowledge for a tourism industry employee

Workshops and fam-tours types

### **Тема 2. An introduction to tourism and Tourism impacts**

Reasons to study tourism

Definition of tourism

What is the tourist product?

The nature of tourism

Definition of a tourist destination

The economic impacts of tourism

The international tourist market

The value of economic data

The economic impacts of tourism

Statistical measurement of tourism

The sociocultural impacts of tourism

Legislation and guidance protecting the tourist destination

The sociocultural effects of tourism

The hosts' impacts on tourists

Cultural transgressions

The exploitation of indigenous populations

Managing the social impacts of tourism

Bringing economic benefits to locals

The impacts of travel on tourists' health

Politicocultural impacts

The environmental impacts of tourism

The environmental effects of tourism

Public-sector planning for control and conservation

The public/private-sector interface in the development of sustainable tourism

### **Tema 3. Tourism mechanisms: operators and agencies**

What are tourism main participants of a tourism industry?

Types of tourism (internal, external, domestic, international)

Types of companies and their basic structure

Types of tourists

The role of the tour operator

The role of air brokers

Economic forces in tour operating

The long-haul market

Seat only sales

Consumer complaints

The nature of tour operating

The role of the resort representative

Pricing the package tour

The tour brochure

The reservations system

Operators selling direct

The scale of the retail sector

The power of the travel agency chains

The profitability of travel agents

The role of travel agents

Distribution trends

Setting up and running a travel agency

Travel agency skills and competences

Travel agency appointments

**Tema 4. Current situation analysis: destinations and tendencies.**

What defines a destination?

Categorizing destinations

Coastal tourism

Urban tourism

Rural tourism

Island tourism

Spa tourism

The successful destination

Design of the built and natural environment

The media and their influence on tourist destinations

Destinations of the future

Main challenges and problems of the industry in the region

**Tema 5. Tourism logistics, accommodation and F&B sector.**

Types of transfers and transport

Extra transport services

Excursions organizations

Tourist transport by air

The airline business

The organization of air transport

Air transport regulation

The deregulation of air transport

The economics of airline operation

Environmental concerns

The marketing of air services

What is the future like for air transport?

Tourist transport by water

The ocean liners

Cruising

Ferry services  
Coastal and inland waterways tourism  
Seagoing pleasure craft  
What does the future hold for passenger ships?  
Tourist transport on land  
The role of the railways in tourism  
Coach travel  
The private car  
Cycling and tourism  
Tourists on foot  
The structure of the accommodation sector  
Types of accommodation  
Types of rooms  
Types of services provided in different types of accommodation  
The nature of demand for accommodation facilities  
Famous hotel chains in the world and their characteristics  
The distribution of accommodation  
Basic structure of a hotel management  
Duties and responsibilities in the hotel  
Check-in and check-out procedure  
Environmental issues  
Effects of diet trends  
Types of food services on a tour  
Types of food services in a hotel  
Catering

### **Tema 6. How to narrow down your product**

The structure and organization of the travel and tourism industry  
Integration in the tourism industry  
Tourist attractions: defining the attraction  
Types of tours and tourisms

Cultural tourism  
 Religious tourism  
 Shopping  
 Gastronomic tourism  
 Other attractions  
 Events  
 Sports tourism  
 Business tourism  
 Trends in business tourism  
 The meetings industry  
 Incentive travel  
 Exhibitions and trade fairs  
 Individual business travel

### **Тема 7. Tour budgeting and documenting**

Visa, insurance, necessary documentation and their varieties  
 Logistics, accommodation and food  
 Entertainment (excursions, events, etc.)  
 Planning and calculation of the tour (costs, expenses, pricing, discounts, agents' margin, etc.)  
 Regulation and laws  
 Complaints and dealing with them  
 Ways of payment and its guarantee

## **VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА**

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Код и наименование индикатора достижения	Результаты обучения	Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел I. Определение и анализ туристической действительности и ее влияния	ПК-3.1 Обеспечивает создание базы данных по туристским продуктам и	Знает теоретические основы и особенности обслуживания потребителей и	Конспект (ПР-7) Собеседование (УО-1)	Тест (ПР-1)

Раздел II. Формирование туристического продукта	услугам.	туристов в туристских компаниях и туристских маршрутах		
		Умеет применять современные технологии для создания и структурирования собранной информации профессионального характера	Кейс-задачи (ПР-11)	Тест (ПР-1)
	ПК-3.2 Участствует в формировании и туристских продуктов.	Знает организации туристской индустрии, туристские регионы и территории	Конспект (ПР-7) Собеседование (УО-1)	Тест (ПР-1)
		Умеет анализировать запросы, потребности и ключевые ценности потребителей туристского продукта	Кейс-задачи (ПР-11)	Тест (ПР-1)
	ПК-3.3 Разрабатывает туристский маршрут.	Знает основные составляющие туристского продукта, включающий основные, дополнительные и сопутствующие туристские услуги	Конспект (ПР-7) Собеседование (УО-1)	Тест (ПР-1)
		Умеет применять навыки поиска информации языкового, культурного, страноведческого характера из достоверных источников для	Кейс-задачи (ПР-11)	Тест (ПР-1)



			достижения профессиональных целей		
	ПК-3.4 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Знает основы организация процесса обслуживания потребителей и (или) туристов, формирование взаимоотношений с потребителем	Конспект (ПР-7) Собеседование (УО-1)		Тест (ПР-1)
		Умеет консультировать и информировать клиентов о состоянии рынка туристских услуг определенного региона	Кейс-задачи (ПР-11)		Тест (ПР-1)
	ПК-3.5 Изучает новые информационные технологии для использования при продвижении и реализации туристского продукта.	Знает ассортимент, характеристики и информацию о стоимости предлагаемых туристских продуктов	Конспект (ПР-7) Собеседование (УО-1)		Тест (ПР-1)
		Умеет использовать современные информационные технологии в сфере туризма и гостеприимства	Кейс-задачи (ПР-11)		Тест (ПР-1)

## VII. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература

*(электронные и печатные издания)*

1. Захаров, В.Б. Tourism as Business: Учеб. пособие для студентов вузов / В.Б.

Захаров. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 207 с. - (Серия «Special English for universities, colleges»). - ISBN 978-5-238-00667-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028887> – Режим доступа: по подписке.

2. Жулидов, С. Б. The Travel and Tourism Industry : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям сервиса 10000 и туризма 10200 / С. Б. Жулидов. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 204 с. — ISBN 978-5-238-01220-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71242.html>— Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Раптанова, И. Н. English for service and tourism industry = Английский язык в сфере обслуживания и туризма : учебное пособие для СПО / И. Н. Раптанова, К. Г. Чапалда. — Саратов : Профобразование, 2020. — 118 с. — ISBN 978-5-4488-0681-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/91837.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

### **Дополнительная литература** (печатные и электронные издания)

1. Tourism and Leisure [Electronic resource] / Harald Pechlaner, Egon Smeral. - Springer Fachmedien Wiesbaden, 2015. – 386p. – Available at: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-06660-4>

2. Cultural Tourism in a Digital Era [Electronic resource] / Vicky Katsoni. - Springer International Publishing, 2015. – 417p. – Available at: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-15859-4>

3. Health and Wellness Tourism [Electronic resource] / Marta Peris-Ortiz, José Álvarez-García. - Springer International Publishing, 2015. – 183p. – Available at: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-11490-3>

4. Международный туризм. International Tourism : практическое пособие по английскому языку для студентов IV - V курсов отделения «Социально-культурный сервис и туризм» / составители М. А. Болотина [и др.]. — Калининград : Калининградский государственный университет, 2004. — 47 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/23798.html>— Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. Worldwide destinations (6th edition): the geography of travel and tourism / Brian Boniface, Chris Cooper, Robyn Cooper. - Routledge, Taylor and Francis Group, 2012. – 609p. – Available at:

[https://books.google.ru/books?id=U9CzLp7n6mgC&printsec=frontcover&dq=Worldwide+destinations+\(5th+edition\):+the+geography+of+travel+and+tourism&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjLtJ7HsoXvAhUhCRAIHYN3MQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q=Worldwide%20destinations%20\(5th%20edition\)%3A%20the%20geography%20of%20travel%20and%20tourism&f=false](https://books.google.ru/books?id=U9CzLp7n6mgC&printsec=frontcover&dq=Worldwide+destinations+(5th+edition):+the+geography+of+travel+and+tourism&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjLtJ7HsoXvAhUhCRAIHYN3MQ6AEwAHoECAUQAg#v=onepage&q=Worldwide%20destinations%20(5th%20edition)%3A%20the%20geography%20of%20travel%20and%20tourism&f=false)

### **Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

1. Официальный сайт Всемирной туристской организации при ООН. Режим доступа: <http://www2.unwto.org/>
2. Интернет-справочник практической информации для туристов. Режим доступа: <https://tonkosti.ru/>
3. Официальный сайт Ассоциации Туроператоров России. Режим доступа: <http://www.atorus.ru/>
4. Информационная группа ТУРПРОМ. Режим доступа: <https://www.tourprom.ru/>
5. Туристская организация регионов России. Режим доступа: [tarr.rf](http://tarr.rf)
6. Официальный сайт Российского союза Туриндустрии. Режим доступа: <http://www.rostourunion.ru/>

## **VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Реализация дисциплины «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» предусматривает следующие виды учебной работы: практические занятия, самостоятельную работу студентов, текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Освоение курса дисциплины «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» предполагает рейтинговую систему оценки знаний студентов и предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами практических занятий, подготовкой и выполнением всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» является экзамен, который проводится в виде итогового тестирования.

В течение учебного семестра обучающимся нужно:

- посещать занятия (18 баллов);
- успешно выполнить аудиторные задания (10 баллов);
- своевременно и успешно выполнить все виды самостоятельной работы (22 балла);
- своевременно и успешно выполнить итоговое тестирование (50 баллов).

Студент считается аттестованным по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» при условии выполнения всех видов текущего контроля и самостоятельной работы, предусмотренных учебной программой.

Критерии оценки по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» для аттестации на экзамене следующие: 86-100 баллов – «отлично», 76-85 баллов – «хорошо», 61-75 баллов – «удовлетворительно», 60 и менее баллов – «неудовлетворительно».

Пересчет баллов по текущему контролю и самостоятельной работе производится по формуле:

$$P(n) = \sum_{i=1}^m \left[ \frac{O_i}{O_i^{max}} \times \frac{k_i}{W} \right],$$

где:  $W = \sum_{i=1}^n k_i^n$  для текущего рейтинга;

$W = \sum_{i=1}^m k_i^n$  для итогового рейтинга;

$P(n)$  – рейтинг студента;

$m$  – общее количество контрольных мероприятий;

$n$  – количество проведенных контрольных мероприятий;

$O_i$  – балл, полученный студентом на  $i$ -ом контрольном мероприятии;

$O_i^{max}$  – максимально возможный балл студента по  $i$ -му контрольному мероприятию;

$k_i$  – весовой коэффициент  $i$ -го контрольного мероприятия;

$k_i^n$  – весовой коэффициент  $i$ -го контрольного мероприятия, если оно

является основным, или 0, если оно является дополнительным.

### **Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины**

Оптимальным вариантом планирования и организации студентом времени, необходимого для изучения дисциплины, является равномерное распределение учебной нагрузки, т.е. систематическое ознакомление с теоретическим материалом на занятиях и закрепление полученных знаний при подготовке и выполнении работ и заданий, предусмотренных для самостоятельной работы студентов.

Подготовку к выполнению всех работ необходимо проводить заранее, чтобы была возможность проконсультироваться с преподавателем по возникающим вопросам. В случае пропуска занятия, необходимо предоставить письменный конспект пропущенной темы.

Самостоятельную работу следует выполнять согласно графику и требованиям, предложенным преподавателем.

### **Алгоритм изучения дисциплины**

Изучение курса должно вестись систематически и сопровождаться составлением подробного конспекта. В конспект рекомендуется включать все виды учебной работы: теоретический материал, самостоятельную проработку рекомендуемой основной и дополнительной литературы, ответы на вопросы для самоконтроля и другие задания, предусмотренные для самостоятельной работы студентов.

Основным промежуточным показателем успешности студента в процессе изучения дисциплины является его готовность к выполнению кейс-задач и прохождение тестирования.

Критерием готовности к кейс-задачам является умение студента ответить на все контрольные вопросы, рекомендованные преподавателем.

Знания, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, должны закрепляться не повторением, а применением материала. Этой цели

при изучении дисциплины «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» служат активные формы и методы обучения, такие как метод лекции-дискуссии, мозгового штурма, работы в парах и командах, кейс-задачи, которые дают возможность студенту освоить профессиональные компетенции и проявить их в условиях, имитирующих профессиональную деятельность.

Особое значение для освоения теоретического материала и для приобретения и формирования умений и навыков имеет самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа студентов по данной дисциплине предусматривает изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, написание конспектов, подготовку к участию в дискуссиях на занятиях, блиц-опросах, решение кейс-задач, подготовку презентации проекта и подготовку к промежуточной аттестации – экзамену.

Для самопроверки усвоения материала, подготовки к выполнению текущих заданий и работ, и сдаче экзамена студентам предлагаются вопросы для самоконтроля.

#### **Рекомендации по использованию методов активного обучения**

Для повышения эффективности образовательного процесса и формирования активной личности студента важную роль играет такой принцип обучения как познавательная активность студентов. Целью такого обучения является не только освоение знаний, умений, навыков, но и формирование основополагающих качеств личности, что обуславливает необходимость использования методов активного обучения, без которых невозможно формирование специалиста, способного решать профессиональные задачи в современных рыночных условиях.

Для развития профессиональных навыков и личности студента в качестве методов активного обучения целесообразно использовать лекции-дискуссии, которые позволяют студентам осмысливать и самостоятельно интерпретировать материал курса, метод мозгового-штурма, кейс-задачи, представляющие собой описание деловой ситуации, которая реально

возникла или возникает в процессе деятельности. Метод блиц-опроса позволяет проверить закрепление и понимание пройденного материала по изученным темам.

Реализация такого типа обучения по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» осуществляется через использование парной и командной работы, в частности решения реальных кейсов из индустрии туризма, которые можно определить как методы имитации принятия решений в различных ситуациях путем проигрывания вариантов по заданным условиям.

Кейс-задачи предназначены для использования студентами конкретных приемов и концепций при их выполнении для того, чтобы получить достаточный уровень знаний и умений для принятия решений в аналогичных ситуациях на предприятиях, тем самым уменьшая разрыв между теоретическими знаниями и практическими умениями. Решение кейс-задач студентам предлагается в завершении изучения определенной учебной темы, а знания, полученные на занятиях, должны стать основой для решения этих задач. Из этого следует, что студент должен владеть достаточным уровнем знания материала, уметь работать с действующей документацией, и т.д. Студент должен уметь правильно интерпретировать ситуацию, т.е. правильно определять – какие факторы являются наиболее важными в данной ситуации и какое решение необходимо принять.

Все методы активного обучения призваны вырабатывать следующие умения и навыки у студентов:

- работать с увеличивающимся и постоянно обновляющимся потоком информации в области организации туристской деятельности;
- высказывать и отстаивать свою точку зрения четкой, уверенной и грамотной речью;
- вырабатывать собственное мнение на основе осмысления полученных знаний и проведения исследований;
- самостоятельно принимать решения.

### **Рекомендации по работе с литературой**

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

- при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;

- для более глубокого усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;

- чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных источников (возможно альтернативных);

- не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо выделить и законспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

### **Рекомендации по подготовке к экзамену**

Подготовка к экзамену и его результативность также требует у студентов умения оптимально организовывать свое время. Идеально, если студент ознакомился с основными положениями, определениями и понятиями курса в процессе аудиторного изучения дисциплины, тогда подготовка к экзамену позволит систематизировать изученный материал и глубже его усвоить.

Подготовку к экзамену лучше начинать с распределения предложенных контрольных вопросов по разделам и темам курса. Затем необходимо выяснить наличие теоретических источников (конспекта лекций, учебников, учебных пособий).

При изучении материала следует выделять основные положения, определения и понятия, можно их конспектировать. Выделение опорных положений даст возможность систематизировать представления по дисциплине и, соответственно, результативнее подготовиться к экзамену.



## IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» необходимы:

- учебная аудитория с мультимедийным оборудованием (проектором и экраном);
- программное обеспечение: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint.

## X. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-3 Способен к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	ПК-3.1 Обеспечивает создание базы данных по туристским продуктам и услугам.
	ПК-3.2 Участвует в формировании туристских продуктов.
	ПК-3.3 Разрабатывает туристский маршрут.
	ПК-3.4 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.
	ПК-3.5 Изучает новые информационные технологии для использования при продвижении и реализации туристского продукта.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-3.1 Обеспечивает создание базы данных по туристским продуктам и услугам	Знает теоретические основы и особенности обслуживания потребителей и туристов в туристских компаниях и туристских маршрутах
	Умеет применять современные технологии для создания и структурирования собранной информации профессионального характера
ПК-3.2 Участвует в формировании туристских продуктов	Знает организации туристской индустрии, туристские регионы и территории
	Умеет анализировать запросы, потребности и ключевые ценности потребителей туристского продукта
ПК-3.3 Разрабатывает туристский маршрут	Знает основные составляющие туристского продукта, включающий основные, дополнительные и сопутствующие туристские услуги

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	Умеет применять навыки поиска информации языкового, культурного, страноведческого характера из достоверных источников для достижения профессиональных целей
ПК-3.4 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	Знает основы организация процесса обслуживания потребителей и (или) туристов, формирование взаимоотношений с потребителем
	Умеет консультировать и информировать клиентов о состоянии рынка туристских услуг определенного региона
ПК-3.5 Изучает новые информационные технологии для использования при продвижении и реализации туристского продукта	Знает ассортимент, характеристики и информацию о стоимости предлагаемых туристских продуктов
	Умеет использовать современные информационные технологии в сфере туризма и гостеприимства

### Контроль достижений целей курса

№ п/п	Дата / сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
4.	10 неделя	Изучение кейс-задач	36	Устный опрос
	14 неделя			
	18 неделя			
5.	В течение семестра	Написание конспекта	36	Блиц-опрос
6.	В течение семестра	Подготовка к экзамену	36	Тестирование
ИТОГО			108	

### Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	Критерии	Показатели
ПК-3 Способен к созданию и реализации туристского продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий	ПК-3.1 Обеспечивает создание базы данных по туристским продуктам и услугам	- Знает теоретические основы и особенности обслуживания потребителей и туристов в туристских компаниях и туристских маршрутах - Умеет применять современные технологии для создания и структурирования	- Способность перечислить теоретические основы и особенности обслуживания потребителей и туристов в туристских компаниях и туристских маршрутах - Способность применять современные технологии для

		собранный информации профессионального характера	создания и структурирования собранной информации профессионального характера
	ПК-3.2 Участвует в формировании туристских продуктов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Знает организации туристской индустрии, туристские регионы и территории</li> <li>- Умеет анализировать запросы, потребности и ключевые ценности потребителей туристского продукта</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Способность перечислить организации туристской индустрии, туристские регионы и территории</li> <li>- Способность проводить анализ запросов, потребностей и ключевых ценностей потребителей туристского продукта</li> </ul>
	ПК-3.3 Разрабатывает туристский маршрут	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Знает основные составляющие туристского продукта, включающий основные, дополнительные и сопутствующие туристские услуги</li> <li>- Умеет применять навыки поиска информации языкового, культурного, страноведческого характера из достоверных источников для достижения профессиональных целей</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Способность охарактеризовать основные составляющие туристского продукта, включающий основные, дополнительные и сопутствующие туристские услуги</li> <li>- Способность применять навыки поиска информации языкового, культурного, страноведческого характера из достоверных источников для достижения профессиональных целей</li> </ul>
	ПК-3.4 Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Знает основы организация процесса обслуживания потребителей и (или) туристов, формирование взаимоотношений с потребителем</li> <li>- Умеет консультировать и информировать клиентов о состоянии рынка туристских услуг определенного региона</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Способность перечислить основы организация процесса обслуживания потребителей и (или) туристов, формирование взаимоотношений с потребителем</li> <li>- Способность консультировать и информировать клиентов о состоянии рынка туристских услуг определенного региона</li> </ul>
	ПК-3.5 Изучает новые информационные технологии для использования при продвижении и реализации туристского продукта	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Знает ассортимент, характеристики и информацию о стоимости предлагаемых туристских продуктов</li> <li>- Умеет использовать</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Способность перечислить ассортимент, характеристики и информацию о стоимости предлагаемых</li> </ul>

		современные информационные технологии в сфере туризма и гостеприимства	туристских продуктов - Способность использовать современные информационные технологии в сфере туризма и гостеприимства
--	--	--	---

## Зачетно-экзаменационные материалы

### Оценочные средства для промежуточной аттестации

#### Тестовые задания

1. Review the major methods used to classify tourists.
2. Which of the following can be counted as tourists in the official definitions?
  - military personnel
  - space shuttle pilots
  - international conference delegates
  - travelling diplomats
  - students
  - immigrants
3. What is the role of markets in economic activity?
4. Review the major elements of the tourism system – how do they relate to each other?
5. How does a TSA classify tourism products?
6. What do you consider are the top 10 factors affecting tourism demand?
7. Suggest ways in which travel to a destination can be carbon neutral.
8. List some of the reasons why an individual may not participate in tourism.
9. Review the concepts of demand substitutes and complements in respect of a leisure break to a city destination and provide two examples of each.
10. Identify some typical holiday patterns that occur at different stages of the family life cycle.
11. Draft a table with headings such as Films, Newspapers/magazines, TV, Experience, etc. and place these in relation to Germany, America, China, etc. in

order to identify the key ways that image has been created and what your perceptions are.

12. Identify the key tourist typologies that predominate at a tourist destination with which you are familiar.
13. Identify and list the phases you, your friends or family went through in the purchase decision process for the last holiday you took.
14. What important consumer behavior factors are similar or different in the choice and purchase of tourism based upon the 20, 40 and 60 year age groups in the population?
15. Examine the materials used by tourist boards as printed literature or on websites – what clues are there to indicate the key images being communicated?
16. Examine the data requirements for the demand tables of a TSA and see whether they can be completed from the available information in your country.
17. What might be some of the key problems in comparing tourism statistics from different areas and regions of the world?
18. Review the different methods of collecting tourism statistics.
19. List the key questions you would ask in a domestic tourism survey.
20. How does the concept of elasticity help our understanding of tourism demand?
21. Consider how the time period chosen affects the choice of techniques in forecasting the demand for tourism.
22. Review the key determinants of demand at an aggregate level and their importance for econometric models.
23. List three advantages of quantitative approaches to demand forecasting and three advantages of qualitative approaches.
24. Summarize the experiences of practitioners in developing procedures for tourism demand forecasting.
25. Taking a destination of your choice list the steps you would take to plan for future demand.

26. What are the principal differences in the markets attracted to different types of destinations?
27. What are the differences between 'competitive' and 'comparative' advantage in the context of destinations?
28. Identify five key trends impacting future visitation patterns to rural and coastal destinations.
29. Why is the management of urban destinations particularly challenging?
30. What is the difference between a destination management organization and a destination management partnership?
31. What methods would you use to determine the economic significance of tourism activity on a national economy?
32. Explain the meanings of direct, indirect and induced economic impacts and discuss whether governments can influence the level of impact at each level.
33. Domestic tourism is just displacing consumer activity from other goods and services within a national economy. Discuss.
34. How can tourism, domestic and international, act as a method of income redistribution and what are the barriers to such an effect?
35. With respect to the environmental impacts associated with tourism activity, list three positive and negative impact examples at the (a) direct (b) indirect, and (c) induced levels of impact.
36. Assess the benefits and consider what made Agenda 21 so unique.
37. Explain briefly the difference between environmental impact assessments (EIAs) and environmental audits.
38. What are the major difficulties associated with trying to identify the environmental impacts caused by tourism activity?
39. If you were asked to present a talk, how would you define and explain eco-tourism?
40. What are the major approaches to studying the socio-cultural impacts of tourism?

41. Assess the models have been put forward to explain the development of tourism and its impact on the local population. Do you think some members of the population benefit more than others? If so, explain why.
42. What are the main socio-cultural dangers associated with allowing sex tourism or gambling to be platforms for tourism development?
43. Identify three direct positive socio-cultural impacts of tourism and three indirect negative socio-cultural impacts of tourism.
44. What are the major difficulties involved in measuring the socio-cultural impacts of tourism and what sources of data are available?
45. Define sustainability.
46. What are the major obstacles to achieving sustainable development?
47. What methods can be used to make tourism more sustainable than it is at present?
48. What is meant by the term 'carrying capacity'?
49. What are the major direct and indirect impacts of climate change on tourism destinations?
50. How might tourism destinations adapt to climate change and what are the limitations to such adaptations?
51. Which theories of economic development provide the best basis for tourism as a catalyst for economic development?
52. What are the major steps, and their sequence, that need to be undertaken as part of the planning process?
53. What reasons can be cited to explain tourism development plan failure at the design stage?
54. Why do tourism master plans/strategies fail at the implementation stage?
55. List the characteristics of the tourism product that influence its attractiveness as a development option. In so doing identify whether the characteristic provides a positive or negative influence when considering tourism as a development option.
56. Identify and assess the different factors that influence travel risk and travel-risk perceptions?

57. Identify the main factors that are likely to determine the impact of terrorist attacks on tourism destinations?
58. Examine the ways in which regional (e.g. Asia, Europe, Middle East) tourism may suffer when only one or two countries within that region are in conflict?
59. What would you see as the main customer segments that are attracted to national parks?
60. In classifying attractions, how would you compare theme parks to, say, museums?
61. What are the main factors affecting the establishment of a new large-scale theme park attraction?
62. LEGOLANDs are a reflection of the LEGO toy. What other themed attractions are reflections of industrially-produced products? Consider the advantages and disadvantages of this type of development.
63. In what ways has the accommodation sector changed since 1945 and what effect has this had on the wider tourism industry?
64. Account for the diversity in the accommodation sector between different countries and regions.
65. Given its diversity, how can the accommodation sector provide meaningful comparisons of quality?
66. Review and discuss the key issues facing the accommodation sector from the sharing economy and their likely impact in the future.
67. What are the benefits, to the small independent hotel, of participation in a marketing consortium?
68. What strategies can small-to-medium sized accommodation providers adopt to compete effectively with the larger chain operators?
69. What are the principal classifications of events?
70. What are the differences between 'hallmark' and 'mega' events?
71. Identify five key trends impacting on the future development of events.
72. Why is the management of events now considered a profession?



73. What are the important developments in social media in relation to events management?
74. Review and discuss the roles of travel agencies, online travel agencies and tour operators.
75. Identify the benefits and drawbacks of further consolidation and concentration in the distribution channel in tourism.
76. Compare and contrast differences in the distribution of the tourism product between the
77. United States and Europe.
78. What is likely to be the future impact of social media on intermediaries and consumer decision making?
79. What is the purpose of government regulation of transport? Is it desirable?
80. Compare and contrast the environmental impacts of different modes of transport.
81. List the components of a transport system and illustrate how the overall performance of a mode of transport is governed by the relative strengths and weaknesses of each.
82. Explore how transport demand in destination areas brings benefits to public transport operators.
83. Does it also bring conflicts or problems?
84. What do airlines gain from membership of inter-airline alliances?
85. Why are international tourism organizations important for tourism and tourism development?
86. Suggest some of the areas in a continent of your choice that might be classified as peripheral and the features that would make them attractive for tourism development.
87. Suggest some of the non-governmental organizations in your own country that have a significant influence on tourism policy.
88. Provide a short memo indicating why your medium-size hotel chain should adopt a relationship marketing approach to its business.

89. What are the main ways in which value can be added to the tourism product?
90. How can the tourism industry increase satisfaction in its management of the service product?
91. Provide a list of the main types of risk which a tourist may experience when visiting China.
92. Create a checklist for carrying out the quality audit of a tourism business of your choice.
93. Identify some of the recent changes in technology and discuss how these may affect the tourism consumer or company.
94. What do the acronyms PESTEL and SWOT stand for and how do they inform marketing decisions?
95. List the main problems that could be encountered when producing a marketing plan for a hotel group of companies.
96. Describe the four levels of marketing environment and identify how these may affect the company.
97. Determine, with reasons, the most effective segments to target for farm tourism in Europe.
98. Provide a list of the benefits that will be achieved from increasing the strength of the brand for a large hotel chain with a low level of awareness.
99. Name and describe, with examples, the different product levels that may exist for a leading airline.
100. How has the Internet changed the role of each player in the tourism industry?
101. What are the key factors that influence the adoption of ICTs in the tourism industry?
102. What is disintermediation and re-intermediation in tourism?
103. How do airlines change their business functions as a result of the Internet?
104. How can tourism organizations maximize their online representation?
105. What is the influence of social media?
106. How is the proliferation of mobile devices affecting tourism?

107. What are the Internet-related challenges for managing tourism brands?

**Критерии выставления оценки студенту на зачете/ экзамене  
по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the  
tourism industry)»**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«отлично»/ «зачтено»	Оценка «отлично»/ «зачтено» 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.
85-76	«хорошо»/ «зачтено»	Оценка «хорошо»/ «зачтено» 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	«удовлетворительно»/ «зачтено»	Оценка «удовлетворительно»/ «зачтено» 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 выполнении практических работ.
60-0	«неудовлетворительно»/ «не зачтено»	Оценка «неудовлетворительно»/ «не зачтено» 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**

**Кейс-задачи по дисциплине «Введение в индустрию туризма  
(Introduction to the tourism industry)»**

1. Brief analysis of a specific destination

Impact of tourism in Nepal. Define:

Location

Type of tourism attraction

Recent tourism statistic information

Then answer the questions:

What attracts tourists in Nepal?

What is the impact of Tourism on the economy of Nepal?

What is the impact of Tourism on the environment of Nepal?

What is the impact of Tourism on the people and culture of Nepal (special impact)?

What is being done to make tourism in Nepal sustainable?

2. Finding a hotel on a specific request

Study the following islands and find a suitable accommodation for the given customers going on a tropical vacation. Be ready to prove your choice.

Islands: Bali, Phu Quok, Hainan, Saipan, Tinian, Samui

Customers: family with 2 twin infants and 1 youngster, newlyweds, active sport couple, mid-thirty travel-experienced couple, family with 1 teenage kid, group of elderly unexperienced friends, grandparents and 2 grandchildren non-speaking foreign language.

3. Dealing with unhappy customers

a) a group of 12 clients come to retailer agent office to buy a package tour of a tour operator, and requests for a discount as were promised in a competitors company.

Should the demand be met? (Yes/no) Why? What should be done to meet the requirement? Think of possible solutions, steps to be taken, areas of process participants engagements.

b) a couple want to have a short beach vacation, choosing package tour with 5star lux accommodation options of a famous hotel chain in a definite location. The chosen hotel isn't available on request, operator offers to study its website and choose another options that after the choice made again appears to be unavailable either. Then operator offers 5star hotel of unknown local chain in another location or 3star option at the same location. The couple decides to cancel the reservation and go to another company and choose absolutely another destination as a result. How could the operator keep the clients?

**Критерии оценки:**

- 100-86 баллов выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие;

– 85-76 баллов - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено 2-3 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет;

– 75-61 балл - студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Допущено не более 5 ошибок в смысле или содержании проблемы;

– 60 и менее баллов – если работа представляет собой полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы.

**Тематика конспектов**

**по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)»**

1. Professional etiquette of a hospitality industry.
2. An introduction to tourism and Tourism impacts.

3. Tourism mechanisms: operators and agencies.
4. Current situation analysis: destinations and tendencies.
5. Tourism logistics, accommodation and F&B sectors.
6. How to narrow down your product.
7. Tour budgeting and documenting.

#### **Критерии оценки:**

- 100-86 баллов выставляется студенту, если студент проработал и дал правильные ответы на все поставленные задания и вопросы;
- 85-76 баллов – материал проработан, но студент затрудняется или своевременно не готов ответить на 2-3 вопроса/задания по конспекту;
- 75-61 балл – материал проработан, но студент затрудняется или своевременно не готов ответить на 4-5 вопросов/заданий по конспекту;
- 60 и менее баллов – материал проработан, но студент затрудняется или своевременно не готов ответить на все вопросы/задания по конспекту.

#### **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» проводится в форме контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине, активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий);
- степень усвоения теоретических знаний;

– уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;

– результаты самостоятельной работы, в том числе – финального проекта.

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

По дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)» предусмотрен экзамен в виде итогового тестирования.

**Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства.** В результате посещения практических занятий, подготовке во время самостоятельной работы, разбора кейс-задач, студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к итоговому тестированию.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете/ экзамене по дисциплине «Введение в индустрию туризма (Introduction to the tourism industry)»**

<b>Баллы (рейтинговой оценки)</b>	<b>Оценка экзамена (стандартная)</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
86-100	«отлично»/ «зачтено»	Оценка «отлично»/ «зачтено» 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.

85-76	«хорошо»/ «зачтено»	Оценка «хорошо»/ «зачтено» 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	«удовлетворительно»/ «зачтено»	Оценка «удовлетворительно»/ «зачтено» 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 выполнении практических работ.
60-0	«неудовлетворительно»/ «не зачтено»	Оценка «неудовлетворительно»/ «не зачтено» 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.