

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Утверждено:  
на заседании кафедры туризма,  
геоурбанистики и экономической географии  
протокол №10 от 25 мая 2017 г.  
Зав. кафедрой  /Р.Г. Сафиуллин

Согласовано:  
Председатель УМК географического  
факультета  
 - /Ю.В. Фаронова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Дисциплина «География мирового туристского рынка»

Вариативная часть

**программа бакалавриата**

Направление подготовки  
43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки  
Территориальная организация и управление туристско-рекреационной деятельностью

Квалификация  
бакалавр

Разработчик (составитель):  
доцент, канд. геогр. наук

 / Т.П. Тельнова

Для приема: 2017 г.

Уфа – 2017 г.

Составитель: Т.П. Тельнова, канд. геогр. наук, доцент кафедры туризма, георбанистики и экономической географии

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол № 10 от 25 мая 2017 г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры: обновлены перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины, лицензионное программное обеспечение, современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, и изменено название кафедры, протокол № 11 от 16 июня 2018 г.

Заведующий кафедрой

 / Р.Г. Сафиуллин

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры \_\_\_\_\_,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

### Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	6
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	10
4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	10
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	11
4.3. Рейтинг-план дисциплины	25
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	26
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	26
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	27
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	28

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)
Знания	Механизм функционирования туристского рынка; материально-техническую базу туризма; политику ценообразования в сфере туризма;	ПК-5
Умения	Понимать, излагать и критически анализировать базовую информацию и использовать теоретические знания на практике; разбираться в закономерностях экономических аспектов функционирования предприятий туристской индустрии; Умеет осуществлять сбор и анализ статистических данных по развитию направлений в туризме	ПК-5
Владения (навыки / опыт деятельности)	Навыками применения самых современных методов при характеристике основных тенденций процесса ценообразования в туризме Навыками обоснования управленческих решений На основании результатов маркетинговых исследований спроса и предложения на туристские продукты разрабатывать концепцию и программу туристского продукта	ПК-5

ПК-5: способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение.

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина География мирового туристского рынка является дисциплиной вариативной части.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 6 семестре.

Целью освоения дисциплины «География мирового туристского рынка» является знакомство с географией мирового туристского рынка; изучение его структуры и особенностей формирования и развития.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: теория и методология территориальных исследований туризма, оценка туристско-рекреационных ресурсов, территориальная организация туристской индустрии, районирование туризма, менеджмент в туристско-рекреационной сфере, маркетинг туристско-рекреационной деятельности, туристское страноведение.

**3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «География мирового туристского рынка»  
на 6 семестр

очная форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	5 /180
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	55,2
лекций	28
практических/ семинарских	26
лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	90
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (контроль)	34,8

Форма контроля:

Экзамен 6 семестр

№ п/п	Тема и содержание <u>6 семестр</u>	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СРС			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Теоретические и практические основы географии мирового туристского рынка: понятия, особенности, объект и предмет исследования. Структура, элементы мирового туристского рынка; типология развития туристского рынка. Терминологический аппарат курса, подходы отечественных и зарубежных ученых к постановке основных проблем географии мирового туристского рынка и возможностей их решения; к оценке эффективности функционирования предприятий туристской индустрии регионов мира. Методология и принципы организации международного туризма. Процессы глобализации в мировом туризме.	4	4	-	10	1,2, д-1-10	Методология и принципы организации международного туризма	Семинарское задание, реферат, эссе, тестирование
2.	Факторы формирования мирового туристского рынка; роль ценовых факторов в регулировании мирового туристского рынка; сегментирование мирового туристского рынка (по возрасту, по уровню дохода и уровню образования); количественные и стоимостные показатели туристского предложения; этапы развития мирового туристского рынка Роль международных туристских организаций в формировании мирового туристского рынка.	4	4	-	10	1,2, д-1-10	Роль международных туристских организаций в формировании мирового туристского рынка; влияние процессов транснационализации на формирование мирового туристского рынка	Семинарское задание, тестирование

	Влияние процессов транснационализации на формирование мирового туристского рынка.							
3.	Специфика формирования европейского сегмента мирового туристского рынка; анализ особенностей функционирования предприятий туристского бизнеса в странах европейского региона; структура затрат на формирование туристского продукта в соответствии с требованиями потребителей; расчет коэффициента сравнения спроса и предложения по странам европейского региона. Панъевропейский туристский интернет-портал – важный инструмент развития туристского рынка стран европейского региона. Методы регулирования туризма в странах Средиземноморья (Греция, Италия, Испания и др.).	4	4	-	15	1,2, д-1-10	Методы регулирования туризма в странах Средиземноморья (Греция, Италия, Испания и др.).	Семинарское задание, реферат, эссе, тестирование
4.	Особенности формирования азиатского сегмента мирового туристского рынка; анализ себестоимости услуг предприятий туристского бизнеса в странах азиатского региона; структура затрат на формирование туристского продукта в соответствии с требованиями потребителей; расчет коэффициента сравнения спроса и предложения по странам азиатского региона. Опыт региона в создании инфраструктуры туристского бизнеса (на примере Таиланда, Турции и др.).	4	4	-	10	1,2, д-1-10	Опыт региона в создании инфраструктуры туристского бизнеса (на примере Таиланда, Турции и др.).	Семинарское задание, реферат, тестирование
5.	Американская модель развития туристского рынка; анализ себестоимости услуг предприятий туристского бизнеса в странах американского региона; отличие структуры затрат на формирование	4	4		15	1,2, д-1-10	Опыт региона в создании инфраструктуры туристского бизнеса (на примере Калифорнии)	Семинарское задание, реферат, эссе, тестирование

	туристского продукта в соответствии с требованиями потребителей от европейских и азиатских стран; расчет коэффициента сравнения спроса и предложения по странам американского региона. Опыт региона в создании инфраструктуры туристической индустрии (на примере Калифорнии).							
6.	Становление африканского сегмента мирового туристского рынка; анализ низкой эффективности услуг предприятий туристского бизнеса в странах африканского региона; структура затрат на формирование туристского продукта в соответствии с требованиями потребителей; расчет коэффициента сравнения спроса и предложения по странам африканского региона. Тенденции формирования туристского рынка стран африканского региона	4	2		10	1,2, д-1-10	Тенденции формирования туристского рынка стран африканского региона	Семинарское задание, реферат, тестирование
7.	Тенденции развития мирового туристского рынка: проблемы и перспективы; роль иностранных инвестиций в развитии мирового туристского рынка; перспективные сегменты туристского спроса мирового туристского рынка; оценка эффективности инвестиций в туристские проекты. Приоритетные направления и перспективы развития российского туризма; структура и география российского турпотока	4	4		20	1,2, д-1-10	Приоритетные направления и перспективы развития российского туризма; структура российских туристов	Семинарское задание, реферат, эссе, тестирование
	Всего	28	26		90			

#### 4. Фонд оценочных средств по дисциплине

##### 4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции: ПК-5: способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
Первый этап (уровень)	Знать: Механизм функционирования туристского рынка; материально-техническую базу туризма; политику ценообразования в сфере туризма;	Низкая степень освоения компетенции. Оценка знаний 39 баллов и менее	Степень освоения компетенции ниже среднего. Оценка знаний 40-59 баллов.	Средняя степень освоения компетенции и. Оценка знаний 60-79 баллов	Максимальная степень освоения компетенции. Оценка знаний 80-100 баллов.
Второй этап (уровень)	Уметь: Понимать, излагать и критически анализировать базовую информацию и использовать теоретические знания на практике; разбираться в закономерностях экономических аспектов функционирования предприятий туристской индустрии. Уметь осуществлять сбор и анализ статистических данных по развитию направлений в туризме	Низкая степень освоения компетенции. Оценка умений 39 баллов и менее	Степень освоения компетенции ниже среднего. Оценка умений 40-59 баллов.	Средняя степень освоения компетенции и. Оценка умений 60-79 баллов.	Максимальная степень освоения компетенции. Оценка умений 80-100 баллов
Третий этап (уровень)	Владеть: Навыками применения самых современных методов при характеристике основных тенденций процесса ценообразования в туризме. Навыками обоснования управленческих решений. На основании результатов маркетинговых исследований спроса и предложения на туристские продукты разрабатывать концепцию и программу туристского продукта	Низкая степень освоения компетенции. Оценка навыков 39 баллов и менее	Степень освоения компетенции ниже среднего. Оценка навыков 40-59 баллов	Средняя степень освоения компетенции и. Оценка навыков 60-79 баллов	Максимальная степень освоения компетенции. Оценка навыков 80-100 баллов.

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
<b>1-й этап Знания</b>	Механизм функционирования туристского рынка; материально-техническую базу туризма; политику ценообразования в сфере туризма;	ПК-5	семинарское задание Тестирование,
<b>2-й этап Умения</b>	Понимать, излагать и критически анализировать базовую информацию и использовать теоретические знания на практике; разбираться в закономерностях экономических аспектов функционирования Уметь осуществлять сбор и анализ статистических данных по развитию направлений в туризме предприятий туристской индустрии;	ПК-5	Тестирование, семинарское задание, реферат
<b>3-й этап Владения (навыки)</b>	Навыками применения самых современных методов при характеристике основных тенденций процесса ценообразования в туризме Навыками обоснования управленческих решений На основании результатов маркетинговых исследований спроса и предложения на туристские продукты разрабатывать концепцию и программу туристского продукта	ПК-5	Тестирование, семинарское задание, эссе

**Критерии оценки реферата, эссе**

Критерии	Баллы			
	эссе			
	5	4	3	2
	реферат			
	1	0,75	0,5	0
Обоснование актуальности, цели, задач исследования	Актуальность, цели, задачи исследования обоснованы полностью.	Актуальность, цели, задачи исследования обоснованы, допускаются незначительные ошибки	Актуальность, цели, задачи исследования обоснованы в целом	Актуальность, цели, задачи исследования обоснованы фрагментарно
Обоснование объекта, предмета исследования	Уверенно обоснованы объект и предмет исследования; критерий выполнен полностью	Обоснованы объект и предмет исследования допускаются незначительные ошибки	Объект и предмет исследования в целом обоснованы	Обоснование объекта, предмета исследования производится фрагментарно
Наличие методики исследования	Уверенно использует все основные методики исследования	Использует большинство методик исследования	Использует некоторые методики исследования	Не демонстрирует знание методик исследования
Наличие списка литературы	Представлен полный список	Представлена большая часть	Представлена некоторая часть	Список литературы

полноценным обзором по теме исследования	литературы с полноценным обзором по теме исследования	имеющейся по теме литературы с обзором по теме исследования	списка литературы;	весьма беден;
Наличие картосхем	Имеются авторские картосхемы	Имеются авторские картосхемы в относительно небольшом количестве	Представлены в основном заимствованные картосхемы в незначительном количестве	Заимствованные картосхемы представлены очень слабо, либо отсутствуют
Умение раскрывать причинно-следственные связи	Уверенно использует все понятия	Использует большинство понятий	Умеет использовать некоторые понятия	Не показывает сформированные умения
Самостоятельность выполнения работы	Работа выполнена самостоятельно	В основном работа выполнена самостоятельно, имеется небольшой уровень заимствований	Работа в целом выполнена самостоятельно, имеется значительный уровень заимствований	Самостоятельность выполнения работы низкая; имеется большой уровень заимствований
Соответствие правилам оформления	Практически полностью соответствует правилам оформления	Соответствие в основном правилам оформления, есть небольшие ошибки	В целом соответствует правилам оформления присутствуют значительные ошибки	Не соответствует правилам оформления; много замечаний
Соответствие работы ее плану	Работасоответствуетее плану	Работа в основном соответствует ее плану	Работа в целом соответствует ее плану	Работа не соответствует плану; очень много отклонений от плана

#### Вопросы для подготовки к тестированию.

1. Важнейшие черты мирового туристского рынка.
2. Современное состояние мирового туристского рынка.
3. Этапы развития мирового туристского рынка.
4. Оценка потенциала роста мирового рынка туризма.
5. Региональное распределение международных туристских потоков.
6. Проблемы регулирования международных туристских потоков.
7. Деконцентрация мировых туристских потоков в последней четверти XX в.-начале XXI в.
8. Роль туризма в развитии хозяйства отдельных стран и регионов мира.
9. Роль социально-экономических факторов в развитии международного туризма.
10. Традиционные и нетрадиционные методы продвижения туристских продуктов в условиях современного мирового туристского рынка.
11. Влияние туристских ТНК на национальную экономику.
12. Эффективность развития туристской индустрии стран и регионов мира.
13. Использование интернет-технологий в развитии туристской индустрии.
14. Реализация новаторских идей в процессе развития мирового туристского рынка.
15. Роль туристских транснациональных корпораций в развитии мирового рынка туризма.
16. Дифференциация туристских ТНК.
17. Современные туристские ТНК – крупные диверсифицированные комплексы (с активным участием банковских структур).
18. Международные туристские организации.

19. Характеристика международных туристских организаций:
  - мировые международные туристские организации общего профиля;
  - мировые международные туристские организации отраслевого характера;
  - региональные международные туристские организации общего профиля;
  - региональные международные туристские организации отраслевого характера;
  - специализированные международные туристские организации;
  - особые международные туристские организации.
20. Всемирная туристская организация (ЮНВТО): становление, эволюция, проблемы регулирования туристских потоков стран мира.
21. Усиление роли потребителей товаров и услуг мирового туристского рынка.
22. Разработка стандартов обслуживания как гарантия установленного уровня качества товаров и услуг мирового туристского рынка.
23. Новые виды туристских продуктов, модели туристского бизнеса и поведения туристов, усовершенствованные технологии туристского обслуживания как инновации мирового туристского рынка.
24. Концепция «Центр-Периферия» Дж. Фридмана.
25. Концепция мировых систем И. Валлерстайна (Центр- Полупериферия- Периферия).
26. Динамика пространственной структуры мирового туристского рынка.
27. Пространственная структура прямых иностранных инвестиций в мировое гостинично-ресторанное хозяйство.
28. Роль кластеров в формировании и повышении конкурентоспособности туристских центров.
29. Ведущие факторы формирования и развития европейского сегмента мирового туристского рынка.
30. Влияние интеграционных процессов на активизацию европейского сегмента мирового туристского рынка.
31. Панъевропейский туристский интернет-портал – важный инструмент развития туристского рынка стран европейских региона.
32. Роль Великобритании на рынке международного туризма.
33. Франция - классическая страна туризма.
34. Факторы формирования азиатского сегмента мирового туристского рынка.
35. Динамика развития азиатского сегмента мирового туристского рынка.
36. Опыт региона в создании инфраструктуры туристской индустрии (на примере Таиланда, Турции и др.).
37. Факторы формирования американского сегмента мирового туристского рынка.
38. Этапы развития американского сегмента мирового туристского рынка.
39. Опыт региона в создании инфраструктуры туристской индустрии (на примере Калифорнии).
40. Предпосылки формирования африканского сегмента мирового туристского рынка.
41. Экологический туризм – одно из главных направлений развития туристского рынка стран африканского региона.
42. Южно-Африканская модель создания туристских кластеров.
43. Туристские кластеры – неотъемлемая часть развития мирового туристского рынка.
44. Формирование кластеров – один из путей повышения конкурентоспособности туристских центров и регионов.
45. Приоритетные направления и перспективы развития российского туризма.

## Рубежный контроль. Модуль 1.

### Вопросы к подготовке тестирования (всего 10 тестовых вопросов).

1. Тестовый вопрос 1:

К динамичным факторам развития мирового туристского рынка относятся политические, социально-демографические, финансово-экономические, материально-технические:

1) верно; 2) неверно.

2. Тестовый вопрос 2:

Российский курорт «Марциальные Воды» был открыт по указу Петра I:

- 1) на Северном Кавказе;
- 2) в Карелии;
- 3) в Центральной России;
- 4) на Урале.

3. Тестовый вопрос 3:

Объекты православного паломничества и религиозного туризма – Ферапонтов монастырь и Кирилло-Белозерский монастырь XV в., находятся на территории:

- 1) Нижегородской области;
- 2) Архангельской области;
- 3) Вологодской области;
- 4) Ярославской области.

4. Тестовый вопрос 4:

Достопримечательностью Каспийского туристского района является:

- 1) Кунгурская ледяная пещера;
- 2) Тебердинский заповедник;
- 3) озеро Караги;
- 4) основанный иранским царем древний город Дербент.

5. Тестовый вопрос 5:

До присоединения Гавайев эта территория была самым южным штатом США. Его центральную часть занимают влажные тропические леса, побережье – роскошные пляжи. В одном из городов штата располагается знаменитый комплекс Уолта Диснея, включающий пять тематических парков и центр мультипликации:

- 1) Калифорния;
- 2) Техас;
- 3) Флорида;
- 4) Аризона.

6. Тестовый вопрос 6:

Найдите правильное утверждение среди предложенных вариантов:

- 1) по прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. лидером по въезду международных туристов станет Россия;
- 2) по прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. лидером по въезду международных туристов станет Китай;
- 3) наибольшее положительное сальдо платежного баланса по статье «Международный туризм» имеет Япония.

7. Тестовый вопрос 7:

Черноморское побережье, живописные ландшафты покрытых лесом гор, православная культура составляют основу для развития туризма:

- 1) Венгрии;
- 2) Греции;
- 3) Болгарии;
- 4) Македонии.

8. Тестовый вопрос 8:

Площадь Тяньаньмынь и императорский дворец Гугун – достопримечательности:



- 3) Греции;
- 4) Македонии.

3. Тестовый вопрос 3:

Международное бюро по социальному туризму относится к группе (выбрать верный вариант):

- 1) мировых туристских организаций отраслевого характера;
- 2) мировых туристских организаций общего характера;
- 3) региональных туристских организаций общего характера;
- 4) региональных туристских организаций отраслевого характера;
- 5) специализированных международных туристских организаций.

4. Тестовый вопрос 4:

Многие имеющие мировую известность православные монастыри, являющиеся центрами паломничества православных христиан и объектами туристского интереса, расположены:

- 1) Италии;
- 2) Португалии;
- 3) Греции;
- 4) Испании.

5. Тестовый вопрос 5:

Площадь Тяньаньмынь и императорский дворец Гугун – достопримечательности:

- 1) Таиланда;
- 2) Китая;
- 3) Республики Корея;
- 4) Камбоджи.

6. Тестовый вопрос 6:

В начале XXI в. наиболее высокие темпы роста международных туристских прибытий наблюдаются (выбрать верный вариант):

- 1) в Европейском регионе;
- 2) в Ближневосточном регионе;
- 3) в Американском регионе;
- 4) в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

7. Тестовый вопрос 7:

Наибольшие доходы от международного туризма получают следующие страны (выбрать верную строку):

- 1) США, Испания, Франция;
- 2) США, Дания, Италия;
- 3) Россия, Япония, Китай;
- 4) ФРГ, Китай, Великобритания.

8. Тестовый вопрос 8:

Туристская ассоциация стран Азии и Тихого океана относится к группе (выбрать верный вариант):

- 1) мировых туристских организаций отраслевого характера;
- 2) региональных туристских организаций общего характера;
- 3) мировых туристских организаций общего характера;
- 4) региональных туристских организаций отраслевого характера;
- 5) специализированных международных туристских организаций

9. Тестовый вопрос 9:

Найдите правильное утверждение среди предложенных вариантов:

- 1) наибольшее положительное сальдо платежного баланса по статье «Международный туризм» имеет Япония;
- 2) по прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. лидером по въезду международных туристов станет Россия;
- 3) по прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. лидером по въезду международных туристов станет Китай;

10. Тестовый вопрос 10:

Российский курорт «Марциальные Воды» был открыт по указу Петра I:

- 1) на Северном Кавказе;
- 2) на Урале;

- 3) в Центральной России;  
4) в Карелии.

Ответы на тесты. Процедура оценивания

№ вопроса	№ ответа на вопрос	Балл за правильный ответ
1		1
2		1
3		1
4		1
5		1
6		1
7		1
8		1
9		1
10		1
		Сумма баллов 10

**Рубежный контроль. Модуль 3.**

**Вопросы к подготовке теста (всего 10 тестовых вопросов).**

1. Тестовый вопрос 1:

Конфедерация национальных ассоциаций гостиниц, ресторанов, кафе и подобных учреждений в Европейском союзе и Европейской экономической зоне (ХОТРЕК) относится к группе региональных туристских организаций отраслевого характера:

а) верно; б) неверно.

2. Тестовый вопрос 2:

Один из старейших городов Японии, более 10 веков выполнявший роль столицы. В нем расположено более 2 тыс. памятников японской буддийской и синтоистской культуры, императорский дворец, сады и парки. Ежегодно город посещают около 40 млн туристов:

- 1) Киото;
- 2) Ниигата;
- 3) Нагоя;
- 4) Токио;
- 5) Йокогама.

3. Тестовый вопрос 3:

Туристская ассоциация стран Азии и Тихого океана относится к группе (выбрать верный вариант):

- 1) мировых туристских организаций отраслевого характера;
- 2) мировых туристских организаций общего характера;
- 3) региональных туристских организаций общего характера;
- 4) региональных туристских организаций отраслевого характера;
- 5) специализированных международных туристских организаций.

4. Тестовый вопрос 4:

Наибольшие доходы от международного туризма получают следующие страны (выбрать верную строку):

- |                           |                                |
|---------------------------|--------------------------------|
| 1) Россия, Япония, Китай; | 3) США, Испания, Франция;      |
| 2) США, Дания, Италия;    | 4) ФРГ, Китай, Великобритания. |

5. Тестовый вопрос 5:

Найдите правильное утверждение среди предложенных вариантов:

- 1) по прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. лидером по въезду международных туристов станет Китай;
- 2) по прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. лидером по въезду международных туристов станет Россия;
- 3) наибольшее положительное сальдо платежного баланса по статье «Международный туризм» имеет Япония.

6. Тестовый вопрос 6:

Первый национальный парк, созданный в Канаде в 1855 г.:

- 1) «Банф»;
- 2) «Ворота Арктики»;
- 3) «Брайс-Каньон»;
- 4) Йеллоустонский.

7. Тестовый вопрос 7:

Объекты Всемирного культурного и природного наследия: город-музей Дубровник, национальный парк «Плитвицкие озера» - туристские центры:

- 1) Черногории;
- 2) Словении;
- 3) Сербии;
- 4) Хорватии.

8. Тестовый вопрос 8:

Города Лимасол, Ларнака, Пафос - туристские центры:

- 1) Италии;
- 2) Кипра;
- 3) Греции;
- 4) Македонии.

9. Тестовый вопрос 9:

Долина Луары – популярный туристский район:

- 1) Германии;
- 2) Франции;
- 3) Италии;
- 4) Бельгии;
- 5) Греции.

10. Тестовый вопрос 10:

Эта страна знаменита фьордами, горнолыжными центрами, как родина Эдварда Грига и одной из самых маленьких и экологически чистых столиц Европы:

- 1) Дания;
- 2) Исландия;
- 3) Норвегия;
- 4) Финляндия.

#### Ответы на тесты. Процедура оценивания

№ вопроса	№ ответа на вопрос	Балл за правильный ответ
1		1
2		1
3		1
4		1
5		1
6		1
7		1
8		1
9		1
10		1
		Сумма баллов 10

#### Экзаменационные тестовые задания для итогового контроля.

##### Образец экзаменационного билета

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Башкирский государственный университет»

Кафедра Туризма, георбанистики и экономической географии  
Экзамен по дисциплине География мирового туристского рынка

Экзаменационный билет №

1. Тестовый вопрос 1:

В начале XXI в. наиболее высокие темпы роста международных туристских прибытий наблюдаются (выбрать верный вариант):

- 1) в Европейском регионе;
- 2) в Азиатско-Тихоокеанском регионе;
- 3) в Американском регионе;
- 4) в Ближневосточном регионе

2. Тестовый вопрос 2:

Найдите правильное утверждение среди предложенных вариантов:

- 1) по прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. лидером по въезду международных туристов станет Китай;
- 2) по прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. лидером по въезду международных туристов станет Россия;
- 3) наибольшее положительное сальдо платежного баланса по статье «Международный туризм» имеет Япония.

3. Тестовый вопрос 3:

Наибольшие доходы от международного туризма получают следующие страны (выбрать верную строку):

- 1) Россия, Япония, Китай;
- 2) США, Дания, Италия;
- 3) США, Испания, Франция;
- 4) ФРГ, Китай, Великобритания.

4. Тестовый вопрос 4:

Туристская ассоциация стран Азии и Тихого океана относится к группе (выбрать верный вариант):

- 1) мировых туристских организаций отраслевого характера;
- 2) мировых туристских организаций общего характера;
- 3) региональных туристских организаций общего характера;
- 4) региональных туристских организаций отраслевого характера;
- д) специализированных международных туристских организаций.

5. Тестовый вопрос 5:

К динамичным факторам развития мирового туристского рынка относятся политические, социально-демографические, финансово-экономические, материально-технические:

- 1) верно;
- 2) неверно.

6. Тестовый вопрос 6:

Черноморское побережье, живописные ландшафты покрытых лесом гор, православная культура составляют основу для развития туризма:

- 1) Венгрии;
- 2) Болгарии;
- 3) Греции;
- 4) Македонии.

7. Тестовый вопрос 7:

Один из старейших городов Японии, более 10 веков выполнявший роль столицы. В нем расположено более 2 тыс. памятников японской буддийской и синтоистской культуры, императорский дворец, сады и парки. Ежегодно город посещают около 40 млн туристов:

- 1) Киото;
- 2) Ниигата;
- 3) Нагоя;
- 4) Токио;
- 5) Йокогама.

8. Тестовый вопрос 8:

Площадь Тяньаньмынь и императорский дворец Гугун – достопримечательности:

- 1) Таиланда;
- 2) Китая;
- 3) Республики Корея;
- 4) Камбоджи.

9. Тестовый вопрос 9:

До присоединения Гавайев эта территория была самым южным штатом США. Его центральную часть занимают влажные тропические леса, побережье – роскошные пляжи. В одном из городов штата располагается знаменитый комплекс Уолта Диснея, включающий пять тематических парков и центр мультипликации:

- 1) Калифорния;
- 2) Техас;
- 3) Флорида;
- 4) Аризона.

10. Тестовый вопрос 10:

Российский курорт «Марциальные Воды» был открыт по указу Петра I:

- 1) на Северном Кавказе;
- 2) в Карелии;
- 3) в Центральной России;
- 4) на Урале.

11. Тестовый вопрос 11:

Международное бюро по социальному туризму относится к группе (выбрать верный вариант):

- 1) мировых туристских организаций отраслевого характера;
- 2) мировых туристских организаций общего характера;
- 3) региональных туристских организаций общего характера;
- 4) региональных туристских организаций отраслевого характера;
- 5) специализированных международных туристских организаций.

12. Тестовый вопрос 12:

Достопримечательностью Каспийского туристского района является:

- 1) Кунгурская ледяная пещера;
- 2) Тебердинский заповедник;
- 3) озеро Караги;
- 4) основанный иранским царем древний город Дербент.

13. Тестовый вопрос 13:

Объекты православного паломничества и религиозного туризма – Ферапонтов монастырь и Кирилло-Белозерский монастырь XV в., находятся на территории:

- 1) Нижегородской области;
- 2) Архангельской области;
- 3) Вологодской области;
- 4) Ярославской области

14. Тестовый вопрос 14:

Конфедерация национальных ассоциаций гостиниц, ресторанов, кафе и подобных учреждений в Европейском союзе и Европейской экономической зоне (ХОТРЕК) относится к группе региональных туристских организаций отраслевого характера:

- 1) верно;
- 2) неверно.

15. Тестовый вопрос 15:

Многие имеющие мировую известность православные монастыри, являющиеся центрами паломничества православных христиан и объектами туристского интереса, расположены:

- 1) Италии;
- 2) Португалии;
- 3) Греции;
- 4) Испании.

Заведующий кафедрой туризма,  
геоурбанистики и экономической географии,  
д-р геогр. наук, профессор \_\_\_\_\_ / Сафиуллин Р.Г.

#### Ответы на тесты. Процедура оценивания

№ вопроса	№ ответа на вопрос	Балл за правильный ответ
1		2
2		2
3		2
4		2
5		2
6		2
7		2
8		2
9		2
10		2
11		2
12		2
13		2
14		2
15		2
		Сумма баллов 30

#### Вопросы для семинаров

Тема 1. Мировой туристский рынок как результат общественного разделения труда.

1. Важнейшие черты мирового туристского рынка.
2. Современное состояние мирового туристского рынка.
3. Этапы развития мирового туристского рынка.
4. Оценка потенциала роста мирового рынка туризма.

Тема 2. География международных туристских связей – неотъемлемый элемент мирового туристского рынка.

1. Региональное распределение международных туристских потоков.
2. Проблемы регулирования международных туристских потоков.
3. Деконцентрация мировых туристских потоков в последней четверти XX в.-начале XXI в.
4. Роль туризма в развитии хозяйства отдельных стран и регионов мира.

Тема 3. Факторы формирования мирового туристского рынка.

1. Роль социально-экономических факторов в развитии международного туризма.
2. Традиционные и нетрадиционные методы продвижения туристских продуктов в условиях современного мирового туристского рынка
3. Влияние туристских ТНК на национальную экономику.

Тема 4. Глобальные коммуникационные технологии в развитии мировой туристской индустрии.

1. Эффективность развития туристской индустрии стран и регионов мира.
2. Использование интернет-технологий в развитии туристской индустрии.
3. Реализация новаторских идей в процессе развития мирового туристского рынка.

Тема 5. Институциональное устройство мирового туристского рынка.

1. Роль туристских транснациональных корпораций в развитии мирового рынка туризма.
2. Дифференциация туристских ТНК.

3. Современные туристские ТНК – крупные диверсифицированные комплексы (с активным участием банковских структур).
4. Международные туристские организации.

Тема 6. Роль международных туристских организаций в регулировании мирового туристского рынка.

1. Характеристика международных туристских организаций:
  - мировые международные туристские организации общего профиля;
  - мировые международные туристские организации отраслевого характера;
  - региональные международные туристские организации общего профиля;
  - региональные международные туристские организации отраслевого характера;
  - специализированные международные туристские организации;
  - особые международные туристские организации.
2. Всемирная туристская организация (ЮНВТО): становление, эволюция, проблемы регулирования туристских потоков стран мира.

Тема 7. Изменение роли участников мирового рынка туристских товаров *и услуг*.

1. Усиление роли потребителей товаров и услуг мирового туристского рынка.
2. Разработка стандартов обслуживания как гарантия установленного уровня качества товаров и услуг мирового туристского рынка.
3. Новые виды туристских продуктов, модели туристского бизнеса и поведения туристов, усовершенствованные технологии туристского обслуживания как инновации мирового туристского рынка.

Тема 8. Пространственная структура мирового туристского рынка.

1. Концепция «Центр-Периферия» Дж. Фридмана.
2. Концепция мировых систем И. Валлерстайна (Центр- Полупериферия- Периферия).
3. Динамика пространственной структуры мирового туристского рынка.
4. Пространственная структура прямых иностранных инвестиций в мировое гостинично-ресторанное хозяйство.
5. Роль кластеров в формировании и повышении конкурентоспособности туристских центров.

Тема 9. Специфика формирования туристского рынка стран европейских региона.

1. Ведущие факторы формирования и развития европейского сегмента мирового туристского рынка.
2. Влияние интеграционных процессов на активизацию европейского сегмента мирового туристского рынка.
3. Панъевропейский туристский интернет-портал – важный инструмент развития туристского рынка стран европейских региона.
4. Роль Великобритании на рынке международного туризма.
5. Франция -классическая страна туризма.

Тема 10. Особенности формирования туристского рынка в странах Азиатского региона.

1. Факторы формирования азиатского сегмента мирового туристского рынка.
2. Динамика развития азиатского сегмента мирового туристского рынка.
3. Опыт региона в создании инфраструктуры туристской индустрии (на примере Таиланда, Турции и др.).

Тема 11. Американская модель развития туристского рынка.

1. Факторы формирования американского сегмента мирового туристского рынка.
2. Этапы развития американского сегмента мирового туристского рынка.

3. Опыт региона в создании инфраструктуры туристической индустрии (на примере Калифорнии).

Тема 12. Становление туристического рынка стран африканского региона.

1. Предпосылки формирования африканского сегмента мирового туристического рынка.
2. Экологический туризм – одно из главных направлений развития туристического рынка стран африканского региона.
3. Южно-Африканская модель создания туристических кластеров.

Тема 13. Тенденции развития мирового туристического рынка.

1. Туристические кластеры – неотъемлемая часть развития мирового туристического рынка.
2. Формирование кластеров – один из путей повышения конкурентоспособности туристических центров и регионов.
3. Приоритетные направления и перспективы развития российского туризма.

**Критерии оценки (в баллах):**

- **32-39** баллов выставляется студенту, если студент подготовил 11-13 тем семинарских заданий;

- **22-31** баллов выставляется студенту, если студент подготовил 8-10 тем семинарских заданий;

- **11- 23** баллов выставляется студенту, если студент подготовил 5-7 тем семинарских заданий;

- **3-10** баллов выставляется студенту, если студент подготовил 4 и менее тем семинарских заданий;

Варианты тем эссе, рефератов:

1. Важнейшие черты мирового туристического рынка.
2. Современное состояние мирового туристического рынка.
3. Этапы развития мирового туристического рынка.
4. Оценка потенциала роста мирового рынка туризма.
5. Проблемы регулирования международных туристических потоков.
6. Деконцентрация мировых туристических потоков в последней четверти XX в.-начале XXI в.
7. Роль туризма в развитии хозяйства отдельных стран и регионов мира.
8. Роль социально-экономических факторов в развитии международного туризма.
9. Традиционные и нетрадиционные методы продвижения туристических продуктов в условиях современного мирового туристического рынка
10. Влияние туристических ТНК на национальную экономику.
11. Эффективность развития туристической индустрии стран и регионов мира.
12. Использование интернет-технологий в развитии туристической индустрии.
13. Реализация новаторских идей в процессе развития мирового туристического рынка.
14. Роль туристических транснациональных корпораций в развитии мирового рынка туризма.
15. Дифференциация туристических ТНК.
16. Современные туристические ТНК – крупные диверсифицированные комплексы (с активным участием банковских структур).
17. Международные туристические организации.
18. Мировые международные туристические организации общего профиля.
19. Мировые международные туристические организации отраслевого характера.
20. Региональные международные туристические организации общего профиля.
21. Региональные международные туристические организации отраслевого характера.
22. Специализированные международные туристические организации.
23. Особые международные туристические организации.
24. Всемирная туристическая организация (ЮНВТО): становление, эволюция.

25. Всемирная туристская организация(ЮНВТО): проблемы регулирования туристских потоков стран мира.
26. Усиление роли потребителей товаров и услуг мирового туристского рынка.
27. Разработка стандартов обслуживания как гарантия установленного уровня качества товаров и услуг мирового туристского рынка.
28. Новые виды туристских продуктов, модели туристского бизнеса и поведения туристов, усовершенствованные технологии туристского обслуживания как инновации мирового туристского рынка.
29. Концепция «Центр-Периферия» Дж. Фридмана.
30. Концепция мировых систем И. Валлерстайна (Центр- Полупериферия- Периферия).
31. Динамика пространственной структуры мирового туристского рынка.
32. Пространственная структура прямых иностранных инвестиций в мировое гостинично-ресторанное хозяйство.
33. Роль кластеров в формировании и повышении конкурентоспособности туристских центров.
34. Ведущие факторы формирования и развития европейского сегмента мирового туристского рынка.
35. Влияние интеграционных процессов на активизацию европейского сегмента мирового туристского рынка.
36. Панъевропейский туристский интернет-портал – важный инструмент развития туристского рынка стран европейских региона.
37. Мировой туристический рынок как результат общественного разделения труда.
38. Тенденции развития международного туристского рынка.
39. Роль Великобритании на рынке международного туризма.
40. Франция - классическая страна туризма.
41. Факторы формирования азиатского сегмента мирового туристского рынка.
42. Главные интегрирующие факторы формирования туристских рынков стран Азиатско-Тихоокеанского региона.
43. Динамика развития азиатского сегмента мирового туристского рынка.
44. Опыт региона в создании инфраструктуры туристской индустрии (на примере Таиланда, Турции и др.).
45. Факторы формирования американского сегмента мирового туристского рынка
46. Этапы развития американского сегмента мирового туристского рынка.
47. Опыт региона в создании инфраструктуры туристской индустрии (на примере Калифорнии).
48. Предпосылки формирования африканского сегмента мирового туристского рынка.
49. Южно-Африканская модель создания туристских кластеров.
50. Туристские кластеры – неотъемлемая часть развития мирового туристского рынка.
51. Формирование кластеров – один из путей повышения конкурентоспособности туристских центров и регионов.
52. Современное положение России на мировом туристском рынке.
53. Принципы выделения туристских макрорегионов мира.
54. Региональное распределение международных туристских потоков.
55. Сегментирование международного туристского рынка.

### 4.3 Рейтинг-план дисциплины

География мирового туристского рынка

Направление 43.03.02 Туризм

курс 3, семестр 6

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Работа на семинарском занятии	3	4	3	12
<b>Рубежный контроль</b>				
Тестирование	1	10	1	10
<b>Модуль 2</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Работа на семинарском занятии	3	4	3	12
<b>Рубежный контроль</b>				
Тестирование	1	10	1	10
<b>Модуль 3</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Работа на семинарском занятии	3	5	3	15
2. Реферат	1	1	0	1
<b>Рубежный контроль</b>				
Тестирование	1	10	1	10
<b>Поощрительные баллы</b>				
1. Публикация статей, тезисов	5	1	0	5
2. Подготовка эссе	5	1	0	5
<b>Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)</b>				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических(семинарских занятий)			0	-10
<b>Итоговый контроль</b>				
1. Экзамен				30

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

#### Основная литература

1. Артемова Е.Н., Козлова В.А., Глебова Н.В. Организация туризма на внутреннем и международном рынках. - Орел, 2007. [https://elibrary.ru/query\\_results.asp](https://elibrary.ru/query_results.asp)
2. Тюрин А.Н. География международного туризма: главные туристские регионы мира// Современные научные исследования и разработки. 2017. № 4 (12). С. 293-295. [https://elibrary.ru/query\\_results.asp](https://elibrary.ru/query_results.asp)

#### Дополнительная литература:

1. Александрова А.Ю. География туристских потоков в Российской Федерации: статистика, тренды, проблемы// Наука. Инновации. Технологии. 2017. № 1. С. 95-108.
2. Александрова А.Ю. Современные особенности пространственного развития туризма// География и туризм. 2018. № 2. С. 12-16.
3. Александрова А.Ю. География международного туризма// География мирового развития к 90-летию Института географии Российской Академии Наук. Институт географии РАН. Москва, 2009. С. 393-423.
4. Афанасьева И.И., Клопот Е.А., Серова Д.Б. Тренды развития международного туризма в условиях глобализации//А-фактор: научные исследования и разработки (гуманитарные науки). 2017. № 2. С. 9.
5. Борисова А.О. Особенности регионального развития международного туризма в России// Вестник Национальной академии туризма. 2015. № 3 (35). С. 33-36.
6. Голомидова Е.С., Манаков А.Г., Васильев Р.А. Динамика и география выездного туризма граждан России в 2006-2017 гг.// Вестник Псковского государственного университета. Серия: Естественные и физико-математические науки. 2018. № 12. С. 27-40.
7. Котлярова В.В., Вдовенко М.В. География и основные направления отечественного выездного туризма: анализ статистических показателей за 2014-2018 гг.// В сборнике: Лучшая научная статья 2018 сб. стат. XXI Межд. научн.-исслед. конкурса. Отв. ред. Г.Ю. Гуляев. 2018. С. 86-91.
8. Левченко К.К. Основные особенности и тенденции развития рынка въездного туризма// Транспортное дело России. 2016. № 6. С. 5-13.
9. Лепендина Е.С. Мировой рынок туристических услуг: тенденции развития и регулирования/ Экономика в промышленности. 2009. № 2. С. 81-87.
10. Поворина Е.В., Сулова И.А. Динамика развития мирового рынка туризма// Сервис в России и за рубежом. 2014. № 9 (56). С. 99-111.

## 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ» - <https://elib.bashedu.ru/>
2. Электронная библиотечная система издательства «Лань» - <https://e.lanbook.com/>
3. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - <https://biblioclub.ru/>
4. Научная электронная библиотека - elibrary.ru (доступ к электронным научным журналам) - [https://elibrary.ru/projects/subscription/rus\\_titles\\_open.asp](https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp)
5. Электронный каталог Библиотеки БашГУ - <http://www.bashlib.ru/catalogi/>
6. Электронная библиотека диссертаций РГБ - <http://diss.rsl.ru/>
7. Государственная публичная научно-техническая библиотека России. База данных международных индексов научного цитирования SCOPUS - <http://www.gpntb.ru>.
8. Государственная публичная научно-техническая библиотека России. База данных международных индексов научного цитирования Web of Science - <http://www.gpntb.ru>

Программное обеспечение:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
2. Microsoft Office Standard 2013. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

**6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
<p><b>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</b> аудитория № 812И (гуманитарный корпус).</p> <p><b>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</b> аудитория № 812И (гуманитарный корпус).</p> <p><b>3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> аудитория № 812И (гуманитарный корпус)</p> <p><b>4. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> аудитория № 812И (гуманитарный корпус)</p> <p><b>5. Помещения для самостоятельной работы:</b> аудитория № 704/1 (гуманитарный корпус); абонемент №8 (читальный зал) (ауд. 815И, гуманитарный корпус)</p> <p><b>6. Помещения для хранения и профилактики учебного оборудования:</b> помещение № 817И (гуманитарный корпус)</p>	<p align="center"><b>Аудитория № 812И</b></p> <p>Учебная мебель, доска          Проектор Casio XJ-V2          Проекционный экран с электроприводом LumienMasterControl(LMC-100107)128x171см          Ноутбук Samsung R530 &lt;NP-R530-JS03&gt;Pent</p> <p align="center"><b>Аудитория № 704/1</b></p> <p>Учебная мебель, доска, персональные компьютеры:          Процессор Thermaltake, Intel Core 2 Duo          Монитор Acer AL1916W, Window Vista          Мышь Logitech (4 шт.), Монитор 19" LGL1919SBFBlack (LCD&lt;TFT, 8ms, 1280*1024, 250кд/м, 1400:1, 4:3 D-Sub),          Процессор In Win, Intel Core 2 Duo,          Монитор Flatron 700, Процессор «Калмас»,          Монитор Samsung MJ17ASKN/EDC,          Процессор «Intel Inside Pentium 4», клавиатура (4 шт.)</p> <p align="center"><b>Абонемент №8 (читальный зал)</b></p> <p>Учебная мебель, компьютеры в сборе (системный блок Powercool/Ryzen 3 2200G (3.5)\ 8Gb\ A320M \HDD 1Tb\ DVD-RW\450W\ Win10 Pro\ Кл-па USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5" - 3 шт.)</p> <p align="center"><b>Помещение № 817И</b></p> <p>Мебель, учебно-наглядные пособия, мультимедиа-проекторы Mitsubishi XD208U, XGA, 3000 ANSI (4 шт.), мультимедиа-проектор Sanyo SU 70,          ноутбуки Samsung R530 &lt;NP-R530-JS03&gt;Pent, нетбук Acer Machine SE ME250-01G16i Atom, (2 шт.), экраны на штативе 180x180см Спектра (4 шт.)</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.</p>

