

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
НАИМЕНОВАНИЕ ФИЛИАЛА
ФАКУЛЬТЕТ НАУК О ЗЕМЛЕ И ТУРИЗМА

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол № 6 от «25» февраля 2021 г.

Зав. кафедрой



/И.В. Закиров

Согласовано:
Председатель УМК факультета /института



/Л.В. Фаронова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина «География мирового туристского рынка»

Обязательная часть

программа бакалавриата

Направление подготовки (специальность)


43.04.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки

Территориальная организация и управление туристско-рекреационной деятельностью

Квалификация

Бакалавр

| | |
|--|---|
| Разработчик (составитель) доцент, канд. геогр. наук |  / Т.П. Тельнова |
|--|---|

Для приема: 2021

Уфа -2021 г.

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

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол № 6 от «25» февраля 2021 г.

Заведующий кафедрой



/ Закиров И.В.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, приняты на заседании ученого совета факультета наук о Земле и туризма, протокол № 11 от «19» июня 2021 г. Актуализация ОП в связи с изменением ФГОС.

Декан



/ Нигматуллин А.Ф.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, приняты на заседании ученого совета факультета наук о Земле и туризма, протокол № 12 от «31» августа 2021 г. Актуализация рабочей программы воспитания.

Декан



/ Нигматуллин А.Ф.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
 - 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

| Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК) | Формируемая компетенция (с указанием кода) | Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|---|---|
| Организационно-управленческая деятельность | ПК-1. Способен разрабатывать туристский продукт | ПК 1.1. Осуществляет организацию работ по определению потребителей туристского продукта, их запросов, потребностей. | Уметь: осуществлять организацию работ по определению потребителей туристского продукта, их запросов, потребностей |
| | | ПК 1.2. Осуществляет организацию и управление территориальной информацией о туристских центрах, экскурсионных объектах | Уметь: осуществлять сбор и анализ данных по туристским центрам, экскурсионным объектам; |
| | | ПК 1.3. Осуществляет организацию работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов | Владеть: методикой организации работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов |

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «География мирового туристского рынка» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Целью изучения дисциплины является знакомство студентов с географией мирового туристского рынка; изучение его структуры и особенностей формирования и развития.

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

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и формулировка компетенции **ПК-1**: Способен разрабатывать туристский продукт

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине | Критерии оценивания результатов обучения | | | |
|---|---|---|--|--|---|
| | | 2 («Не удовлетворительно») | 3 («Удовлетворительно») | 4 («Хорошо») | 5 («Отлично») |
| ПК 1.1. Осуществляет организацию работ по определению потребителей туристского продукта, их запросов, потребностей. | Уметь: осуществлять организацию работ по определению потребителей туристского продукта, их запросов, потребностей | Не умеет: осуществлять организацию работ по определению потребителей туристского продукта, их запросов, потребностей | Осуществляет организацию работ по определению потребителей туристского продукта, их запросов, потребностей с серьезными ошибками | Осуществляет организацию работ по определению потребителей туристского продукта, их запросов, потребностей с некоторыми ошибками | Уверенно осуществляет организацию работ по определению потребителей туристского продукта, их запросов, потребностей |
| ПК 1.2. Осуществляет организацию и управление территориальной информацией о туристских центрах, экскурсионных объектах | Уметь: осуществлять сбор и анализ данных по туристским центрам, экскурсионным объектам; | Не показывает умения осуществлять сбор и анализ данных по туристским центрам, экскурсионным объектам; | Осуществляет сбор и анализ данных по туристским центрам, экскурсионным объектам, но делает это с серьезными ошибками | Осуществляет сбор и анализ данных по туристским центрам, экскурсионным объектам, но делает это с ошибками | Уверенно осуществляет сбор и анализ данных по туристским центрам, экскурсионным объектам |
| ПК 1.3. Осуществляет организацию работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов | Владеть: методикой организации работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов | Не владеет методикой организации работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов | Владеет методикой организации работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов с серьезными ошибками | Владеет методикой организации работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов с некоторыми ошибками | Уверенно владеет методикой организации работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов |

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине | Оценочные средства |
|--|---|---|
| ПК 1.1. Осуществляет организацию работ по определению потребителей туристского продукта, их запросов, потребностей. | Уметь: осуществлять организацию работ по определению потребителей туристского продукта, их запросов, потребностей | практическое занятие тестирование реферат |
| ПК 1.2. Осуществляет организацию и управление территориальной информацией о туристских центрах, экскурсионных объектах | Уметь: осуществлять сбор и анализ данных по туристским центрам, | практическое занятие тестирование реферат |

| | | |
|---|---|---|
| | экскурсионным объектам; | |
| ПК 1.3. Осуществляет организацию работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов | Владеть: методикой организации работы со справочными и информационными материалами по ресурсоведению, по географии стран и регионов | практическое занятие тестирование реферат |

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:

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

9. Тестовый вопрос 9:

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

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

10. Тестовый вопрос 10:

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

Рубежный контроль. Модуль 2.

Вопросы к подготовке тестирования (всего 10 тестовых вопросов).

1. Тестовый вопрос 1:

Выбрать верное утверждение:

- 1) Рынок международного туризма демонстрирует спад на фоне слабого экономического роста, макроэкономической напряженности и высокого уровня безработицы во многих странах;
- 2) Рынку международного туризма удалось сохранить относительную устойчивость за последние годы, несмотря на слабый экономический рост, макроэкономическую напряженность и высокий уровень безработицы во многих странах;
- 3) Сфера мирового туризма отстает в своем развитии от таких отраслей, как финансовые услуги и розничная торговля;
- 4) Мировые прогнозы демонстрируют падение роста туристских прибытий во многих регионах к 2020 г. вследствие кризисных явлений мировой экономики.

2. Тестовый вопрос 2:

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

- 1) Венгрии;
- 2) Болгарии;
- 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.

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.

Каждый тест оценивается в 1 балл; по итогам каждого рубежного контроля максимально можно получить 10 баллов; в итоге за 3 модуля рубежного контроля – 30 баллов.

Экзаменационные билеты

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.

Экзаменационные тестовые задания для итогового контроля.

Образец экзаменационного билета

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

Факультет наук о Земле и туризма

Кафедра туризма, георбанистики и экономической географии

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1
по дисциплине География мирового туристского рынка
Направление 43.04.02 Туризм

1. Тестовый вопрос 1:

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

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------|
| 1) в Европейском регионе; | 3) в Американском регионе; |
| 2) в Азиатско-Тихоокеанском 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; | 3) США, Испания, Франция; |
| 2) США, Дания, Италия; | 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
канд. геогр. наук, доцент

 / Закиров И.В.

Критерии оценивания ответа на экзамене: каждый тест оценивается в 2 балла, всего 15 заданий, итого- 30 баллов.

Критерии оценки:

- **20-30 баллов**, набранные студентом на тестовом экзамене, это «отлично».
- **15-19 баллов**, набранные студентом на тестовом экзамене, это «хорошо».
- **10-14 баллов**, набранные студентом на тестовом экзамене, это «удовлетворительно».
- **менее 10 баллов**, набранные студентом на тестовом экзамене, это «не удовлетворительно».

Вопросы для семинаров

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

1. Важнейшие черты мирового туристского рынка.
5. Современное состояние мирового туристского рынка.
6. Этапы развития мирового туристского рынка.
7. 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 европейского 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 европейского 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 туристской индустрии (на примере Калифорнии).

Тема 12. Становление туристского рынка стран африканского региона.

1. Предпосылки формирования африканского сегмента мирового туристского рынка.
2. Экологический туризм – одно из главных направлений развития туристского рынка стран африканского региона.

3. Южно-Африканская модель создания туристских кластеров.

Тема 13. Тенденции развития мирового туристского рынка.

1. Туристские кластеры – неотъемлемая часть развития мирового туристского рынка.
2. Формирование кластеров – один из путей повышения конкурентоспособности туристских 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;

- **11-21** 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 рефератов:

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. Проблемы регулирования международных туристских потоков.
6. Деконцентрация мировых туристских 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 туристских продуктов в условиях современного мирового туристского рынка
10. Влияние туристских ТНК на национальную экономику.
11. Эффективность развития туристской индустрии стран и регионов мира.
12. Использование интернет-технологий в развитии туристской индустрии.
13. Реализация новаторских идей в процессе развития мирового туристского рынка.
14. Роль туристских транснациональных корпораций в развитии мирового рынка туризма.
15. Дифференциация туристских ТНК.
16. Современные туристские ТНК – крупные диверсифицированные комплексы (с активным участием банковских структур).
17. Международные туристские организации.
18. Мировые международные туристские организации общего профиля.
19. Мировые международные туристские организации отраслевого характера.
20. Региональные международные туристские организации общего профиля.
21. Региональные международные туристские организации отраслевого характера.
22. Специализированные международные туристские организации.
23. Особые международные туристские организации.
24. Всемирная туристская 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 туристической 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 туристической 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.

Критерии оценки рефератов:

Степень раскрытия темы: а) соответствие плана теме реферата; б) соответствие содержания теме и плану реферата; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность методов работы с исходным материалом; е) умение обобщать, делать выводы, применять сравнительный анализ существующих точек зрения по данной проблеме.

Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: обзор наиболее известных работ по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, аналитика и т.д.).

Соответствие требованиям по оформлению: а) соответствие правилам оформления ссылок на используемую литературу, список литературы; б) грамотность и стиль изложения (орфографический, пунктуационный, стилистический); в) владение терминологией; г) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка «зачтено» ставится, если выполнены основные требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована ее актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения по анализируемой проблеме и логично изложена авторская позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, оформление соответствует требованиям.

Оценка «не зачтено» ставится, если тема реферата не раскрыта, налицо явное непонимание проблемы, имеются существенные отступления от требований к реферированию; допущены фактические ошибки в содержании реферата.

География мирового туристского рынка

Направление 43.03.02 Туризм

курс 3, семестр 5

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

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

дисциплины

Основная литература:

1. Кружалин В. И.; Мироненко Н. С.; Зигерн-Корн Н. В.; Шабалина Н. В. География туризма: учеб. -М.: Федеральное агентство по туризму, 2014 <https://elib.bashedu.ru/search/result?c=1&q>
2. Основы туризма [Электронный ресурс]: учебник / под ред. Е.Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — Электрон. версия печ. публикации. — URL: https://elib.bashedu.ru/dl/read/Pisarevskij_Osnovy_turizma_u_2014.pdf
3. 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

Дополнительная литература:

1. Александрова А.Ю. Современные особенности пространственного развития туризма// География и туризм. 2018. № 2. С. 12-16.
2. 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.
3. 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.
4. 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.
5. Все о туризме <http://www.topturizm.ru>
6. География туризма: Учебник / В.Л. Погодина, И.Г. Филиппова; под ред. Е.И.Богданова. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 256 с. <http://www.znaniium.com/bookread.php?book=237203>
7. Tourest. Справочник по туризму [Электронный ресурс] — Режим доступа <http://tourest.ru/>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы

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
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 WebofScience - <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

| <i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</i> | <i>Вид занятий</i> | <i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i> |
|--|--|--|
| <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> |
| <p>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 812И, аудитория № 806И (гуманитарный корпус).</p> <p>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: аудитория № 812И, аудитория № 806И, (гуманитарный корпус).</p> <p>3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: аудитория № 812И, аудитория № 806И, (гуманитарный корпус)</p> <p>4. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: аудитория № 812И, аудитория № 806И, (гуманитарный корпус)</p> <p>5. Помещения для самостоятельной работы: абонемент №8 (читальный зал) гуманитарный корпус)</p> | <p>Аудитория № 812И Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска Проектор Casio XJ-V2 Проекционный экран с электроприводом LumienMasterControl(LMC-100107)128x171см Ноутбук Samsung R530 <NP-R530-JS03> Pent</p> <p>Аудитория № 806И Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска Мультимедиа-проектор Mitsubishi XD208U, XGA,3000 ANSI Ноутбук Samsung R530 <NP-R530-JS03> Pent Экран на штативе 180x180см Спектра</p> <p>Абонемент №8 (читальный зал) Учебная мебель, компьютеры в сборе (системный блок Powercool\Ryzen 3 2200G (3.5)\ 8Gb\ A320M \HDD 1Тб\ DVD-RW\450W\ Win10 Pro\ КЛ-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5"- 3 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> <p>3. Система централизованного тестирования БашГУ (Moodle). GNU General Public License</p> |

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
НАИМЕНОВАНИЕ ФИЛИАЛА
НАИМЕНОВАНИЕ ФАКУЛЬТЕТА (ИНСТИТУТА)

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины География мирового туристского рынка на 5 семестр

очная форма обучения

| Вид работы | Объем дисциплины |
|---|-------------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины (з.е. / часов) | 3/108 |
| Учебных часов на контактную работу с преподавателем: | 37,2 |
| лекций | 18 |
| практических/ семинарских | 18 |
| 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) | 36 |
| Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль) | 34,8 |

Форма(ы) контроля:

Экзамен 5 семестр

| № п/п | Тема и содержание | Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах) | | | | Задания по самостоятельной работе студентов | Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.) |
|----------|--|---|--------|----|----|---|---|
| | | ЛК | ПР/СЕМ | ЛР | СР | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 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 | - | 8 | подготовка к семинарским занятиям | семинарские занятия 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 | 4 | 4 | - | 8 | подготовка к семинарским занятиям | семинарские занятия тестирование |

| | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|-----------------------------------|-------------------------------------|
| | организаций в формировании мирового туристского рынка. Влияние процессов транснационализации на формирование мирового туристского рынка. | | | | | | |
| 3. | Специфика формирования европейского сегмента мирового туристского рынка; анализ особенностей функционирования предприятий туристской индустрии 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 европейских регионов. Методы регулирования туризма в странах Средиземноморья (Греция, Италия, Испания и др.). | 2 | 2 | - | 4 | подготовка к семинарским занятиям | семинарские занятия 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 туристской индустрии (на примере Таиланда, Турции и др.) | 2 | 2 | - | 4 | подготовка к семинарским занятиям | семинарские занятия тестирование |
| 5. | Американская модель развития туристского рынка; анализ себестоимости услуг предприятий туристского бизнеса в странах американского региона; отличие структуры затрат на формирование | 2 | 2 | - | 4 | подготовка к семинарским занятиям | семинарские занятия 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 | 2 | 2 | - | 4 | изучение теоретического материала | семинарские занятия 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 | 2 | 2 | - | 4 | подготовка к семинарским занятиям | семинарские занятия тестирование |
| | Всего часов: 144 | 18 | 18 | - | 36 | | |