


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

Утверждено:  
на заседании кафедры туризма,  
геоурбанистики и экономической  
географии  
протокол № 6 от «24» января 2022 г.

Согласовано:  
Председатель УМК факультета наук о Земле  
и туризма

Зав. кафедрой  / Закиров И.В.

 / Фаронова Ю.В.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Дисциплина

Теория и методология исследований туризма

Часть, формируемая участниками образовательных отношений


**программа бакалавриата**

Направление подготовки (специальность)  
43.03.02 Туризм

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

Квалификация  
бакалавр

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

 / Фаронова Ю.В.

Для приема: 2022 г.

Уфа-2022 г.

Составитель / составители: Фаронова Ю.В., доцент, канд.геогр.наук, доцент

Рабочая программа дисциплины *утверждена* на заседании кафедры  
протокол № 6 от 24.01.2022 г.

### **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:

Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-6 Способен осуществлять научно-исследовательское обоснование разработки и проведения экскурсии, организации туристско-рекреационной деятельности	ПК-6.1. Проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов.	Знать: методы исследования туристских регионов разного иерархического уровня
		уметь: выполнять комплексную оценку туристских регионов разного иерархического уровня

## 2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Теория и методология исследований туризма» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, факультатив

Дисциплина изучается на 3 курсе(ах) в 6 семестре(ах).

Цели изучения дисциплины: формирование способности проводить исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов.

## 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.

ПК-6 Способен осуществлять научно-исследовательское обоснование разработки и проведения экскурсии, организации туристско-рекреационной деятельности

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ПК-6.1.	Знать:	количество	количество	количество	количество

Проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов.	методы исследования туристских регионов разного иерархического уровня	баллов на основе фонда оценочных средств менее 45 баллов	баллов на основе фонда оценочных средств 45-59	баллов на основе фонда оценочных средств 60-79	баллов на основе фонда оценочных средств 80-100
	Уметь: выполнять оценку туристских регионов разного иерархического уровня	количество баллов на основе фонда оценочных средств менее 45 баллов	количество баллов на основе фонда оценочных средств 45-59	количество баллов на основе фонда оценочных средств 60-79	количество баллов на основе фонда оценочных средств 80-100

**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-6.1. Проводит исследования туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов.	Знать: методы исследования туристских регионов разного иерархического уровня	тестирование
	Уметь: выполнять комплексную оценку туристских регионов разного иерархического уровня	практическая работа

Критериями оценивания при *модульно-рейтинговой системе* являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (*для экзамена*: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкалы оценивания:

*для экзамена:*

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично»

**Рейтинг – план дисциплины  
Теория и методология исследований туризма**

направление/специальность 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>				
выполнение практических работа	3	7	0	21
<b>Рубежный контроль</b>				
тестирование				15
<b>Модуль 2</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
выполнение практических работа	3	6	0	18
аудиторная работа	1	1	0	1
<b>Рубежный контроль</b>				
тестирование				15
<b>Поощрительные баллы</b>				
1. Студенческая олимпиада				
2. Публикация статей				
<b>Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)</b>				
1. Посещение лекционных занятий			<b>0</b>	<b>-6</b>
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			<b>0</b>	<b>-10</b>
<b>Итоговый контроль</b>				
Экзамен				30

**Примерный перечень вопросов для промежуточного контроля**

1. Предмет, задачи и место социально-экономических исследований в индустрии туризма.
2. Понятие методологии науки (на примере туристики).
3. Методические основы определения уровня развития туристики в различных странах мира.
4. Методы социально-экономических исследований в туристской деятельности.
5. Уровни научного познания. Эмпирический и теоретический уровни.
6. Понятие научной проблемы.
7. Методологические проблемы науки (на примере туристики).
8. Методы науки, их классификация.
9. Программа научного исследования в туристике.
10. Процедуры описания объекта, предмета и выбора методики исследования.
11. Методы познания в исследованиях экономической деятельности в индустрии туризма.
12. Теоретическая и эмпирическая разработка экономических гипотез в туристике.
13. Основные методы поиска информации для исследования экономической деятельности предприятий размещения.
14. Методы наблюдения в туризме (прямые, площадные, натурные).
15. Понятие и методика проведения эксперимента в индустрии туризма.
16. Методы эмпирического и теоретического обобщения в туризме.
17. Классификация прогнозов туристских перемещений и туристских рисков. Прогнозирование социально-экономического развития региона на основе устойчивого развития предприятий индустрии туризма.
18. Стратегическое социально-экономическое планирование и программирование регионального развития индустрии туризма.
19. Научные концепции социально-экономического развития индустрии туризма.

20. Региональная социально-экономическая стратегия развития индустрии туризма: концепция, уровни, модели.
21. Социально-экономическое районирование России: принципы и значение для теории и практики туризма.
22. Прогнозирование социально-экономического развития региона на основе устойчивого развития туризма.
23. Стратегическое социально-экономическое планирование и программирование регионального развития туризма.
24. Основные научные концепции социально-экономического развития туризма.
25. Методы сбора информации о факторах социально-экономической конкурентоспособности туристских регионов.
26. Научные подходы к формированию региональной социально-экономической стратегии развития туризма: концепция, уровни, модели.
27. Цели, задачи и виды научных исследований в сфере региональной социальноэкономической политики развития туризма.
28. Методические подходы к оценке влияния туризма на социально-экономическое развитие Московского региона.
29. Оценка влияние туризма на социально-экономическое развитие Европейской части России.
30. Новые методические подходы к анализу социально-экономических процессов в сфере международного туризма.

### Экзаменационные билеты

Структура экзаменационного билета:

В билете два вопроса

Каждый ответ оценивается на 15 баллов

Максимальное количество баллов равно 30

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 Теория и методология исследований туризма

Направление 43.03.02 Туризм

- 1 Методы наблюдения в туризме (прямые, площадные, натурные).
- 2 Оценка влияние туризма на социально-экономическое развитие Европейской части России.

Заведующий кафедрой

канд. геогр.наук, доцент

\_\_\_\_\_ / Закиров И.В.

### **Критерии оценки (в баллах):**

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы. Практическая часть работы выполнена полностью без неточностей и ошибок;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на



дополнительные вопросы допущены небольшие неточности. При выполнении практической части работы допущены несущественные ошибки;

- **10-16** баллов выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос. Студент не решил задачу или при решении допущены грубые ошибки;

- **0-10** баллов выставляется студенту, если он отказался от ответа или не смог ответить на вопросы билета, ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Обнаруживается отсутствие навыков применения теоретических знаний при выполнении практических заданий. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

### **Практическая работа 1**

заполнить таблицу терминов ГОСТ Р ЕН 13809-2012 Туристские услуги.

Туроператоры и турагенты. Терминология

Автоматизированная система информирования туристов и бронирования мест

Автомобильный паром

Альтернативное туристское обслуживание

Альтернативный договор

Аниматор/координатор

Арендванный автомобиль

Базовая цена

Базовый тариф

Балансовый платеж

Береговая экскурсия

Беспосадочный перелет

Бизнес-путешественник

Билетное обслуживание

Бронирование места

Визовая информация

Визовое обслуживание

Внешняя каюта

Внутренняя каюта

Время начала регистрации

Время посадки

Время прибытия

Время убытия

Гид-переводчик

Директор круиза

Договор перевозки

Договорная ответственность

Задаток

Зарегистрированный багаж

Защита от неплатежеспособности

Информация о климатических условиях

Информация о местах назначения

Информация о порядке въезда в страну

Информация о состоянии здоровья и вакцинации

Информация о типичных дополнительных расходах

Информация об условиях для занятия спортом и отдыха

Катамаран

Катер для дневных прогулок

Каюта

Каюта с видом на атриум

Классы перевозок

Консультирование по туру

Комплексный тур

Круиз

Круизное судно

Лицо, заменяющее путешественника

Максимальное количество путешественников  
Маршрут  
Местный представитель  
Минимальное количество путешественников  
Минимальное/максимальное пребывание  
Минимальное стыковочное время  
Моторная яхта  
Начало путешествия  
Наценка за одноместный номер  
Наценка/скидка за место отправления  
Низкозатратный рейс  
Норма багажа  
Ознакомительный тур  
Окончание путешествия  
Организатор туристского обслуживания/поставщик туристских услуг  
Осмотр достопримечательностей  
Отсутствие путешественника  
Панорамный тур  
Пассажирское судно  
План-график путешествия  
Плата за расторжение договора  
Поезд для перевозки автомобилей, оборудованный спальными вагонами  
(автопоезд)  
Поездка на корабле  
Помощь во время путешествия  
Поощрительный тур  
Посетитель  
Посещение объектов  
Предварительное резервирование  
Принимающее лицо  
Проводник  
Прогулочный катер с каютами  
Продолжительность путешествия  
Продолжительность полета  
Промежуточная остановка  
Прямой рейс  
Пункты отправления и возвращения  
Путешественник  
Путешествия и туризм  
Расторжение договора организатором туристского обслуживания  
Расторжение договора путешественником  
Резервирование тура  
Регулярные перевозки  
Ручная кладь  
Самостоятельный тур  
Сверхнормативный багаж  
Совместный рейс  
Специальный тур  
Спортивный инструктор  
Стоимость тура  
Стоянка в пути  
Страхование туристов  
Стыковочная перевозка  
Судно на воздушной подушке  
Судно на подводных крыльях  
Тендер  
Трансфер  
Трейлерное судно (ролкер)  
Тримаран  
Тур  
Тур для стимулирования продаж  
Турагент/турагентство  
Турист  
Туристское обслуживание/туристские услуги  
Туристская брошюра

Туристская документация  
Туристские сезоны  
Туристский ваучер  
Тур-менеджер  
Туроператор  
Турсопровождающий  
Условия туристского договора  
Устойчивый туризм  
Форс-мажор (обстоятельство непреодолимой силы)  
Чартерные перевозки  
Челночные перевозки  
Экстренное резервирование  
Экскурсия  
Экскурсия по городу и окрестностям  
Экскурсия с экскурсоводом

### ***Практическая работа 2***

Заполнить таблицу, используя ГОСТ 32611-2014

определение

безопасность туризма

безопасность туристской услуги

риск (возможная опасность) в туризме

недопустимый (неприемлемый) риск

приемлемый риск

источник опасности

источник опасности природного характера

источники опасности техногенного характера

источники опасности социального (антропогенного) характера

источники опасности в чрезвычайных ситуациях

травмоопасность

пожароопасность

гидрометеорологическая опасность

биологическая опасность

экологическая опасность

токсикологическая опасность

радиоактивная опасность

криминогенная опасность

военно-политическая опасность

психофизиологическая опасность

Раскрыть сущность пункта 4.2

Перечислить Основные факторы, влияющие на безопасность туристов при совершении путешествия (пункт 4.3)

Перечислить Специфические риски в туризме (пункт 5.2)

Перечислить Способы снижения рисков при совершении путешествий (раздел 6)

6.1:

6.2:

6.3:

6.4:

6.5:

6.6:

6.7:

Перечислить Перечень мер по обеспечению безопасности туристов (раздел 7.2)

Перечислить Требования к туристским организациям (туроператорам) по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов) (раздел 8)

Перечислить Особенности обеспечения безопасности туристов, путешествующих по внутренним туристским маршрутам (раздел 8.3)

Перечислить Особенности обеспечения безопасности туристов на маршрутах повышенной опасности

(раздел 8.4)

Перечислить Особенности обеспечения безопасности туристов при осуществлении туристских путешествий в выездном туризме (раздел 8.5)

Перечислить Субъекты, обеспечивающие безопасность туристов (раздел 9)

Организация личной безопасности туристов (экскурсантов) (раздел 10)

### **Практическая работа 3**

Разработать рекомендации по информированию потребителей туризма, используя ГОСТ 32612-2014

использовать понятия из данного ГОСТа:

информация в туристской индустрии

средства массовой информации (СМИ) в туристской индустрии

реклама в туристской индустрии

необходимая информация в туристской индустрии

справочная информация в туристской индустрии

потребитель информации

исполнитель

рекламораспространитель в туристской индустрии

Группы информации, необхо-

димой потребителям туристских услуг: реклама, справочная информация, сопутствующая информация.

Реклама в туристской индустрии

Необходимая информация в туристской индустрии

Справочная информация в туристской индустрии

Сопутствующая информация в туристской индустрии

Какие свойства информации, предоставляемой потребителям туристских услуг, отражены в ГОСТ и которые нужно использовать в процессе создания информации для потребителя туристских услуг?

В каких формах предоставляется информация для потребителей туристских услуг?

Информация о туристском продукте/услуге

Реклама туристского продукта/услуги, размещенная на Интернет-сайте

Реклама, содержащая информацию о специальных предложениях

Требования к информации, предоставляемой в офисе туристской организации

Требования к информации, предоставляемой туристам при заключении договора о реализации туристского продукта и оказании туристских услуг

### **Практическая работа 4**

Работа с ГОСТ 50690-2017 Туристские услуги

Заполнить таблицу

термин/тезис

определение/раскрытие  
сущности

туристские услуги

К основным туристским услугам относят

Дополнительные (сопутствующие) туристские услуги включают в себя

Услуги туроператоров включают

Во внутреннем и выездном туризме формирование туристского продукта осуществляется путем

Во внутреннем и выездном туризме услуги туроператора включают в себя услуги по размещению (проживанию) туристов, услуги по организации перевозки туристов, а также следующие отдельные или комплексные услуги:

В выездном туризме формирование туристского продукта осуществляется

Услуги туроператора в выездном туризме включают в себя услуги по размещению (проживанию) туристов, услуги по организации перевозки туристов, а

также следующие отдельные или комплексные услуги  
Услуги турагентов включают в себя  
Услуги по размещению для временного проживания туристов включают  
Услуги по перевозке туристов(экскурсантов)транспортом различных видов включают  
Экскурсионные услуги включают  
Услуги по организации питания туристов включают  
Услуги по организации досуга туристов включают  
Информационно-рекламные услуги включают  
Консалтинговые (консультативные) услуги включают  
Прочие услуги предоставляются в зависимости от вида и целей путешествия и включают

### ***Практическая работа 5 Разработка туристического бренда***

#### ***Использовать алгоритм разработки; предложить туристический бренд субъекта РФ***

Аудит рынка и бренда. Доскональный анализ рынка и бренда позволяет объективно оценить рыночную ситуацию, конкурентную активность и принять взвешенное стратегическое решение относительно дальнейшего развития вашего бренда.

Разработка позиционирования бренда. Подразумевает создание стратегии позиционирования и построение бренд-платформы, которая объединит всю ключевую информацию о бренде, его идею, миссию, ценности, принципы, стратегию продвижения и др.

Разработка названия бренда. Нейминг – неотъемлемый и один из важнейших этапов брендинга.

Удачное, яркое и запоминающееся название бренда является для потребителя побуждающим к первой покупке мотивом. Разработанное название следует незамедлительно регистрировать в качестве товарного знака.

Создание логотипа бренда. Дизайн логотипа определяет основу будущей визуальной стратегии бренда, его фирменного стиля, а также характер коммуникации бренда с потребителем.

Дизайн упаковки. Пожалуй, самый важный этап в создании бренда, предназначенного для розничной продажи. Покупатель знакомится с вашим брендом и впервые выбирает ваш товар именно по упаковке: насколько она информативна, понятна, насколько легко ее запомнить визуально и в спешке отыскать на полке.

Создание брендбука. Подготовка единого стратегического документа, содержащего все аспекты построения и управления брендом, от стратегии и бренд-платформы до дизайна логотипа, всего спектра упаковок, рекламных и имиджевых коммуникаций – поможет в долгосрочной перспективе сохранить визуальный образ бренда стабильным, неизменным и легко узнаваемым.

### ***Практическая работа 6***

Статистический анализ Wellness-индустрии региона

Отраслевые сегменты, составляющим мировую оздоровительную экономику: фитнес и физическое состояние; здоровое питание, питание и потеря веса; личная гигиена, красота и омоложение; профилактическая и персонализированная медицина и здравоохранение; курортное хозяйство; термальные / минеральные источники; традиционная и дополнительная медицина; оздоровительная недвижимость; оздоровительный туризм; и здоровье на рабочем месте.

### ***Практическая работа 7***

#### ***Российские проекты туризма: документы, критерии оценок***

Выполнить анализ проекта в индустрии туризма, ориентируясь на критерии оценивания:

Актуальность и значимость (экспертная оценка по шкале от 0 до 3, где 0 –минимальная оценка, 3 – максимальная оценка)

Проект будет способствовать увеличению количества туристов

Проект взаимосвязан с туристскими маршрутами, объектами показа, его реализация даст прирост их посещаемости Проект направлен на увеличение продолжительности пребывания туристов или среднего чека

Проект направлен на расширение сезонных предложений на туристском рынке (функционирование весной и осенью)

Проект расположен на расстоянии до 50 км от уникальных объектов показа международного, всероссийского, межрегионального уровня  
 Логическая связность и реализуемость проекта соответствии заявленных целей проекта ожидаемым результатам  
 Обоснованность и реалистичность бюджета  
 Проект предполагает вложения в оборудование или услугу с последующим долгосрочным функционированием или эксплуатацией  
 Наличие обязательного уровня софинансирования  
 Опыт  
 Квалификация  
 Согласованность

### *Практическая работа 8*

<b>Методика оценки природно-климатических ресурсов страны с целью определения коммерческих зон рекреационного туризма на примере Турции</b>	
Критерий оценки	Результат использования в туристско-рекреационных целях
определение	Рекреационный туризм - это передвижение людей в свободное время в целях отдыха, необходимого для восстановления физических и душевных сил человека
Факторы развития туризма: природно-климатическая специфика страны	Красота и разнообразие природных ландшафтов Турции и по большей части естественные, нетронутые цивилизацией пейзажи, моря, реки и водопады, горные массивы и климатические условия, несомненно, являются определяющими факторами для развития рекреационного туризма на территории этой страны.
Экологический туризм и разнообразие ландшафтов	Развитие туризма и его различных видов, в том числе экологического, привело к созданию особо охраняемых природных территорий, в первую очередь заповедников, национальных и природных парков.
Номенклатура природоохранных территорий	Важнейшими природными национальными парками страны являются: Олимпос - Бейдаглары, Кёпрюлю, Дилек, Каратепе-Арсланташ, Мунзур - Вадиси и Улудаг. На территории парков не только охраняют природные комплексы того или иного региона, но и предоставляют широкие возможности для активного отдыха или знакомства с историческими памятниками.
Национальные парки страны и природно-географическая специфика страны. Оценка размещения относительно зоны рыночного спроса	На юге Турции, вдоль Средиземноморского побережья, протянулась сложная горная система под общим названием Тавр (Торос). Именно эту область охватывает один из национальных парков, используемых в туризме, Олимпос-Бейдаглары. Он располагается примерно в 40-50 километрах к западу от Анталии, что непосредственно положительно сказывается на популярности данного парка среди туристов.
Описание привлекательных особенностей нацпарка.	Парк имеет территорию, занимающую несколько десятков тысяч гектаров. Его большую часть занимает массив горы Олимпос с ущельями и зелеными лесными массивами. В пределах парка лежат курортные зоны региона Кемер, несколько островов, часть археологических участков Демре (Мира), Олимпос, Финике и Фаселиса, а также новый эко-парк и ферма форели в Текирове, которые непосредственно используются в туристских целях. Самой высокой точкой в пределах национального парка Олимпос-Бейдаглары является гора Тахталы, 2365 метров. На вершину этой горы проложена пассажирская канатная дорога, начало которой находится в непосредственной близости от туристического центра Кемер. Туристы имеют возможность подняться на самую высокую точку национального парка за 10 минут. Канатная дорога, функционирующая круглогодично, пользуется большим спросом среди туристов со всего мира.
Комбинирование ресурсов туризма и рекреации. Сезонность и круглогодичность использования	В Турции, несмотря на сложившиеся стереотипы, развит не только пляжный туризм в таких городах, как Анталия, Мармарис, Бодрум, но и, например, в городе Бурса, находится

	<p>крупный горнолыжный курорт Улудаг, который расположен на территории национального парка, почти сплошь покрытого густым хвойным лесом, который ежегодно посещают как местные, так и иностранные туристы.</p> <p><b>Городской туризм+горнолыжный курорт+нацпарк+круглогодичность использования (!!!)</b></p>
<p>Гидрографические объекты и их использование в туристско-рекреационных целях. Теория (определение)+практика (экономическое использование+маршрутизация)</p>	<p>Территория Турции, за исключением Анатолийского плоскогорья, покрыта густой речной сетью. Одним из наиболее распространенных видов спорта на горных реках, который пользуется популярностью в туризме, является рафтинг.</p> <p><b>Определение.</b> Рафтинг (от англ. «to raft» - гнать плот) - экстремальный вид спорта, представляющий собой сплав (групповой или одиночный) по бурным полноводным рекам, имеющим пороги на спортивном плоту. Классический рафтинг - это сплав по порожистым рекам на больших надувных бескаркасных судах - рафтах, которые обладают большой плавучестью, надежны, устойчивы на воде и удобны для размещения группы туристов (6-12 человек).</p> <p><b>Практика применения ресурса.</b> Протекающая в северо-восточной части Турции река Чороха длиной в 466 километров входит в десятку лучших в мире мест для рафтинга. В 1993 году здесь прошел 4-й Международный чемпионат по данному виду спорта. На территории Анталии река Капручай также используется для рафтинга. По берегам этой реки расположено множество туристических баз. Реки Эшен, расположенная немного восточнее Фетхие, Даламан, Манавгат и многие другие на сегодняшний момент активно используются для разных видов рафтинга, от любительского до экстремального.</p>
<p>Термальные ресурсы и их использование. Типичные объекты. Характеристика. Особенности их размещения относительно зон рыночного спроса. Комбинирование ресурсов для новых маршрутов туризма. Инфраструктура размещения. Оценка посещаемости.</p> <p>Уникальные объекты: рейтинговые (список наследия ЮНЕСКО).</p> <p>Организация экскурсий.</p>	<p>Турция богата термальными источниками, которые можно найти практически в каждом уголке страны.</p> <p><b>Типичный объект. Ярким примером термального курорта в Турции является Кызылджахамам, находящийся в столице Турции - Анкаре.</b> Здесь сосредоточено несколько источников - это Кючюк Каплыджа, Бююк Каплыджа, Кызылджахамам Маден Сую и Кызылджахамам Каплыджасы, находящиеся на высоте 975 метров над уровнем моря.</p> <p><b>Характеристика.</b> Температура вод здесь в среднем составляет около 41 - 42°C. Воды Кызылджахамам по степени полезности занимают четвертое место в Турции, что подтверждено отчетами турецкого Минздрава. <b>На территории курорта возведены современные санаторные объекты, которые посещают до 200 000 человек в год.</b> На курорте Ася Термал развита система кемпингов, и это одно из ведущих мест встречи членов неправительственных организаций.</p> <p><b>Еще один термальный источник, занесенный в Список Всемирного наследия ЮНЕСКО, под названием Памуккале</b> помогает людям с нарушениями опорно-двигательного аппарата, сердечнососудистыми и кожными заболеваниями. Здесь насчитывается 17 природных ванн насыщенных кальцием с температурой воды от 35 до 100°C. Большая часть туристов обычно посещает Памуккале во время однодневной экскурсии.</p> <p>В Денизли находятся девять термальных источников, сертифицированных Министерством здравоохранения Турции. Пять из них расположены в небольшом поселке под названием Карахайт, в 5 км от Памуккале. Здесь находится источник, из которого бьет горячая вода, насыщенная оксидом железа. Близкое расположение источника по отношению к Памуккале <b>позволяет совмещать посещение двух данных объектов (комбинирование).</b></p>

<p>Определение. Теория и практика.</p>	<p>Климат — главный компонент природы, определяющий возможности развития туризма в любой стране. Именно климат определяет: комфортность условий отдыха, продолжительность периодов тех или иных туристских занятий, архитектурно-планировочные условия строительства туристских сооружений, транспортные условия по перевозке туристов.</p> <p>Под климатическими рекреационными ресурсами понимается совокупность погод, пригодных для различных видов отдыха.</p>
<p>практика.</p> <p>Акцент на разнообразие. Привлекает не однообразие, а разнообразие</p> <p>Доказать наличие разнообразия  Определить главные территории со своей спецификой и с отличием от другой территории.</p>	<p><b>Горный, расчлененный рельеф Турции и сложная циркуляция воздушных масс обусловили большое разнообразие климатических районов.</b></p> <p><b>1 особенная территория.</b> В центре Турции властвует континентальный климат. Такие погодные условия являются благоприятными для различных экскурсионных туров и самостоятельных туристов, которые желают ознакомиться с местными достопримечательностями.</p> <p><b>2 особенная территория.</b> Черноморское побережье Турции отличается умеренно теплым климатом, характеризующимся большой влажностью, сравнительно равномерным распределением осадков по сезонам года, жарким летом и прохладной зимой. Данный регион популярен в летнее время среди местного населения.</p> <p><b>3 особенная территория.</b> Достаточно широкая полоса побережья Эгейского моря и Средиземноморское побережье отличаются типично средиземноморским климатом с жарким сухим летом и теплой дождливой зимой. Именно сюда в период с мая по октябрь приезжают туристы со всего мира, для которых одним из главных факторов является погодные условия данных регионов.</p> <p><b>4 особенная территория.</b> Север Западной Анатолии, подверженный влиянию теплого Мраморного моря (температура верхнего слоя воды летом около +25°C, зимой около +8°C) отличается благоприятными для сельского хозяйства климатическими условиями. Соленость воды в Мраморном море сопоставима с водами Средиземноморья. Однако здесь проходят важные судоходные пути, что, к сожалению, неблагоприятно сказывается на качестве местных вод. Но вдали от крупных портов, в курортных зонах море чистое, что позволяет организовать здесь зону пляжного отдыха. Несмотря на близость к Стамбулу и множеству интересных исторических участков, Мраморное море малоизвестно иностранным туристам, однако, даже благодаря климатическим и природным условиям вполне может претендовать на звание курорта.</p> <p><b>5 особенная территория.</b> На западе Турции, средняя температура воздуха в декабре составляет 0°C градусов, в январе — 4°C, в феврале +1°C, а в марте +4°C, что значительно холоднее в сравнении со Средиземноморским побережьем. Благодаря горному рельефу и погодным условиям здесь развит горнолыжный туризм. Примером этому служит курорт Улудаг, расположенный в 35 километрах от города Бурса. Горнолыжный сезон здесь начинается в первой декаде декабря и длится вплоть до конца марта. Отдых на данном курорте отличается от других тем, что катание на лыжах можно совместить с посещением минеральных источников. Улудаг пользуется популярностью, как среди местных жителей, так и среди иностранцев.</p>
<p>Репина К.Р., Борисова А.В.  ПРИРОДНО-КЛИМАТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ТУРЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО ТУРИЗМА ФГБОУ ВПО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова», г. Ярославль, Россия</p>	



## **Практическая работа 9**

Раскрыть вопросы (Маслак, Е. Н. Музейный менеджмент : учебное пособие : [16+] / Е. Н. Маслак ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 104 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612233> (дата обращения: 07.10.2021). – Библиогр.: с. 90-92. – ISBN 978-5-9275-3547-7. – Текст : электронный.)

Музейоны в истории возникновения музеев в мире: что это такое, почему возникли, где возникли?

Взаимосвязь экспозиций и средневековых католических монастырей и соборов

Взаимосвязь Великих географических открытий и коллекционирования

Частные коллекции, музеи, Италия – взаимосвязь

Строительство каких зданий предпочитали в Италии для выставки картин? Что такое специальные кабинеты?

Германия – камеры – коллекции: взаимосвязь

Особенности картинных галерей эпохи Возрождения

Первый музей современного типа – Британский музей (1753 год, Лондон)

Коллекции частные и коллекции монархов, возникновение центров коллекционирования, Дрезденская галерея – взаимосвязь (также Мюнхенская пинакотека, Кассельская галерея)

Общедоступные музеи – Лувр в Париже: его особенности; взаимосвязь с Великой французской революцией; коллекции музея и конфискованное французами имущество: взаимосвязь

Первый музей Италии – Прадо

Берлинский музей, Музейный остров – взаимосвязь

Первые музеи России – Петр Первый, Кунсткамера, европеизация России, частное собрание «Государев кабинет» в Москве

1717 год, Монплешир в Петергофе – первая картинная галерея

Роль Демидова А.Н. в формировании коллекции скифского золота

Екатерина Вторая, Екатерининский дворец Царского села, картинная галерея – взаимосвязь

1764 год – основание Эрмитажа Екатериной Второй, источники пополнения коллекции

Оружейная палата Москвы – 1806 год, Александр Первый, превращение из хранилища в музей

Национальные музеи России – первая треть 19 века: цель их создания

Третьяковская галерея – особенности подбора экспонатов (сохранение традиций национальной школы живописи)

19-20 век, рубеж, причины возникновения «музеев под открытым небом» (автор – швед Артур Хаселиус) – сохранение национального колорита

Взаимосвязь развития науки и отраслевых музеев (проведение лекций, музеи декоративно-прикладного искусства и ремесел, проведение научно-технических выставок)

Развитие сети вузов, образовательных учреждений и возникновение сети музеев (к 1917 г – 150 музеев при университетах)

Основные направления музейной педагогики:

Определение музейной аудитории:

Музейный праздник; музейная культура посетителя:

Роль социологических исследований музейной культуры населения:

Музейная экскурсия: возникновение, актуальность, цели

История ЭКСКУРСИЙ:

Классификация экскурсий

Особенности речи экскурсовода

Мастер-классы в работе музеев: стр 43

Задачи музейного менеджмента, менеджмент, планирование, сущность плана деятельности музея:

Этапы осуществления проекта (5 этапов)

Рекомендации Роджера Майлза для музейного менеджмента

Сделать сравнение японской и американской модели менеджмента; высказать свою точку зрения на плюсы и минусы этих подходов менеджмента

Круг заинтересованных лиц в работе музея (стр 57)

Перспективный план работы музея: стр 58

Метод мозгового штурма в работе музея (стр 59) – задачи, результаты

Определение сущности миссии музея (стр 60-61): основные этапы

PEST – анализ и SWOT-анализ внешних и внутренних факторов работы музея (стр 61)

Понятие «музейной коммуникации» стр 66

Посетитель, впечатления, коммуникации – взаимосвязь стр 66

Способы коммуникации: стр 69

Определение сущности фандрейзинга стр 70

Спонсорство и благотворительность в работе музеев (стр 70), рекомендации по их писку и отбору

Деловое предложение спонсорам: составные части, рекомендации стр 72

Условия, на которых базируется цель музея стр 75; понятие музейного маркетинга стр 75

Универсальная формула маркетинга – 4П Джерома Маккарти стр 76

Маркетинговые аспекты стратегического планирования: стр 78

Кабинетное и полевое исследования посетителей музея:

Базовая схема спроса, четыре группы потребителей: стр 79

PR-деятельность – виды стр 82

Музейное проектирование стр 86

Циклы существования проектов: стр 87

### ***Практическая работа 10***

#### ***Открытие турфирмы и бизнес-планирование в туризме***

1. сущность бизнес-планирования в туризме: бизнес-план, его структура, описание всех составных частей бизнес-плана
2. найти готовый бизнес-план предприятия туризма, сделать его анализ
3. ответить на вопрос: как открыть свою турфирму?
4. сделать в виде реферата; использовать ссылки , которые в прикрепленных файлах
5. выполненную работу отправить мне на почту  
оформление: TIMES NEW ROMAN? 12 шрифт, интервал 1,5, минимум 20 страниц, ссылки подстрочные на источники информации, список литературы  
титул: ФИО, группа. Бизнес-план и рекомендации по открытию турфирмы (название) — в произвольной форме.

### ***Практическая работа 11***

Ответить на вопросы, самостоятельно изучив материал

Классификация видов туризма: классификационные признаки и виды туризма (стр. 66, табл 2.2)

Обосновать актуальность классификации видов туризма

Виды туризма, которые предлагается считать приоритетными для РФ (стр 67); сформулировать свою точку зрения; согласны ли с этим предложением; предложить свой вариант приоритетных видов туризма и обосновать его

Сегментация потребителей: обосновать актуальность сегментации;

Раскрыть сущность классификации туристов в зависимости от стиля жизни

Обосновать логику модели поведения потребителя тур услуг (стр. 70)

Поведенческие особенности потребителей туристских услуг: показатели

Взаимосвязь между туристскими мотивами и принятием решения о покупке турпродукта

процесс покупки конкретного туристского продукта: стадии

Характеристика основных сегментов туристского спроса стр. 75, табл 2.4

Что такое «культурный шок», барьеры?

Определение туристского региона

Взаимосвязь видов туризма и характеристик местности региона: раскрыть виды связей, их логику табл 2.6

### ***Практическая работа 12***

Анализ статистических показателей, характеризующих туризм в РФ

1) Аналитика темпа прироста. По каждому показателю рассчитать темп прироста за период (начальный и конечный год), %. Выполнить ранжирование субъектов РФ по рассчитанному показателю темпа прироста (%). Какие можно сделать выводы по полученному ранжированию? В каких субъектах за рассмотренный период показатель увеличился? В каких субъектах РФ за рассмотренный период показатель сократился? Какие субъекты РФ характеризовались высоким уровнем сокращения? Высоким уровнем роста показателя? Примечание: для определения уровня надо сделать сравнение показателя по субъекту с показателем по РФ.

2) Аналитика субъектов по абсолютным показателям (ничего не считаем, работаем с абсолютными данными таблиц). Сделать ранжирование субъектов РФ по показателю за начальный год, по которому представлены данные в таблице. Определить ТОП-20 субъектов-лидеров по показателю за начальный год

3) сделать ранжирование субъектов РФ по показателю за последний год, по которому представлены

данные в таблице. Определить ТОП-20 субъектов-лидеров по показателю за последний год  
 4) сделать сравнение ТОП-20 субъектов-лидеров за начальный год и за последний год. Ответить на вопросы: эти субъекты остались прежними? Или состав этих лидеров изменился? Какие субъекты «выбыли» из ТОП-20, какие субъекты вошли в ТОП-20? Какие причины могут объяснить выявленные факты; факты по лидерам, факты по динамике лидеров за разные годы?

### **Практическая работа 13**

Выбрать маршрут экологического туризма (из числа предложенных на <https://naturerussia.travel/> )

Сделать презентацию рекламного характера

Сделать аналитику данного маршрута:

Регион реализации

Природно-ресурсный потенциал маршрута

Какие оопт задействованы

Какие принципы реализации данного экологического маршрута

Какие особенности проектирования

Продолжительность, стоимость

Рекомендации, собственное впечатление, насколько соблюдены современные подходы к Реализации экологического туризма

### **Критерии оценивания практической работы**

<b>выполнение работы</b>	<b>баллы</b>
<b>работа не выполнена</b>	<b>0</b>
<b>выполнено 30% и менее</b>	<b>1</b>
<b>выполнено 30-90%</b>	<b>2</b>
<b>выполнено 90-100 %</b>	<b>3</b>

### **Критерии оценивания аудиторной работы**

**1 балл – при наличии опорных конспектов лекционного материала**

**0 баллов - при отсутствии опорных конспектов лекционного материала**

<b>МОДУЛЬ 1</b>		
Источник: 2021 учебник1 стр 1-16		
1	Турист – это:	
	гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки	
	гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 12 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки	
	гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 12 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки	
	гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 3 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки	
2	Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов- переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия – это:	
	тур	
	экскурсия	
	путешествие	
	организация	
3	Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем – это:	
	туроператорская деятельность	

	турагентская деятельность	
	организационная деятельность	
	экскурсионная деятельность	
4	деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем	
	туроператорская деятельность	
	турагентская деятельность	
	организационная деятельность	
	экскурсионная деятельность	
5	Документ, подтверждающий факт передачи туристского продукта	
	туристская путевка	
	туристский ваучер	
	туристский продукт	
	туристский договор	
6	Документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания	
	туристская путевка	
	туристский ваучер	
	туристский продукт	
	туристский договор	
7	Крупные предприятия, монополизировали рынок и превратились в межотраслевые производственно-хозяйственные комплексы, включающие предприятия отраслей промышленности, обслуживающих туристский бизнес	
	туроператорские фирмы	
	туристские корпорации	
	туристские агентства	
	туристские ассоциации	
	раздел 1.2	
8	Индивидуальные или групповые туры для автолюбителей (владельцев личных машин) с предоставлением туристам всех видов услуг по маршруту, кроме проезда – это туры:	
	туры на личном транспорте туристов	
	туры на арендованном туристском транспорте	
	туры на собственном транспорте	
	нет правильного ответа	
9	туроператоры, специализирующиеся на определенном продукте или сегменте туристского рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма и т. д.) – это:	
	специализированные операторы	
	операторы по направлению	
	операторы по месту деятельности	
	рецептивные туроператоры	
10	Туроператоры на приеме – это:	
	базируются в стране назначения и обслуживают прибывающих на отдых туристов из других стран или регионов	
	формируют туристские пакеты, ориентированные на отдых туристов в зарубежных странах	
	формируют туристские пакеты, ориентированные на маршруты и места отдыха в пределах своей страны проживания	
	нет правильного ответа	
11	инициативный туроператор выполняет в большей мере агентские функции; какие?	
	продает сформированные партнером (туроператором посредником) туристские пакеты	
	осуществляет страхование туристов, оформляет визовые документы	
	выполняет бронирование авиабилетов; продает отдельные услуги как дополнение к основному пакету	
	все ответы правильные	
	раздел 2.1	

12	Выбрать правильный тезис, отражающий функции туроператора:	
	Основной задачей деятельности является формирование (создание) тура, подкрепленного соответствующей программой обслуживания. Разработанный тур является основным туристским продуктом, с которым он выходит на соответствующий сегмент рынка.	
	действует фактически как розничный продавец продукта (услуги). При этом его прибыль формируется в основном из комиссионного вознаграждения	
	запрашивает определенный продукт (услугу) только тогда, когда клиент, обратившийся к нему, выражает определенный покупательский интерес (спрос)	
	все варианты верные	
13	Эффективность как потребительское свойство туристского продукта означает:	
	достижение наибольшего эффекта для туриста при наименьших расходах с его стороны	
	способность служить достижению одной или нескольких целей, удовлетворять те или иные потребности туриста	
	предоставление всех услуг должно быть обусловлено целью путешествия и сопутствующими условиями, основанными на потребностях туриста	
	соответствие реального содержания продукта рекламе, достоверность информации	
14	Указать тезисы, раскрывающие сущность гостеприимства в туризме	
	это прежде всего профессиональное требование, предъявляемое к специалисту в сфере туризма	
	достоинство, уважение и любезность персонала	
	искусство дать людям почувствовать, что им рады, что их ждут и к встречи с ними готовятся	
	все варианты верные	
	раздел 2.2.	
15	Класс обслуживания «люкс» как качество предоставляемых туристу услуг характеризуется признаками:	
	при организации тура по этому классу в программу обслуживания обычно включают услуги самого высокого уровня. Гостиницы категории 5 звезд, перелет первым классом или самолетами бизнес - авиации, питание в роскошных ресторанах, с обязательным обслуживанием, индивидуальный трансфер на машинах класса «люкс» («лимузин-сервис»), индивидуальные услуги гида. Туры предоставляются по разряду VIP-обслуживания, являются индивидуальными или заказными	
	высокий уровень обслуживания, предусматривающий размещение туристов в гостиницах категорий 4-5 звезд, перелет бизнес - классом, отличную кухню и широкий выбор блюд, возможен вариант шведского стола, индивидуальный трансфер, кураторство гида	
	предусматривает размещение туристов в гостиницах 2-3 звезд (зависит от страны), перелет экономическим классом регулярных авиарейсов (допускаются чартеры), питание по типу шведского стола, групповой трансфер	
	нет правильного ответа	
16	Самый дешевый вариант обслуживания, пользуются студенты и малообеспеченные люди, предусмотрен минимальный набор услуг и невысокого уровня сервис по принципу самообслуживания – это класс обслуживания:	
	Экономический класс	
	Туристский класс	
	Первый класс	
	нет правильного ответа	
	раздел 2.3	
17	Указать основной признак заказного тура	
	формирование программы и комплектование состава услуг, входящих в состав туристского пакета осуществляется по желанию и при непосредственном участии туриста	
	тур с жестким, заранее спланированным (еще до контакта с клиентом) набором услуг	
	состав услуг при реализации фактически не меняется	
	большую часть цены обычно составляет оплата транспорта и размещения, меньшую - оплата питания	
	раздел 2.4	
18	Результат проектирования туристской услуги – это:	
	набор и правильное содержание технологической документации	
	учет и строгое соблюдение общих требований к туристской услуге, которые изложены в ГОСТ «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования»	
	соблюдение обязательных и рекомендуемых требований к туристской услуге	
	все ответы верные	

19	Проектирование контроля качества обслуживания туристов включает	
	определение ключевых моментов в процессе обслуживания, существенно влияющих на характеристики услуги	
	определение методов корректировки характеристик услуги	
	определение методов оценки контролируемых характеристик	
	все ответы верные	
20	Набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура и по поставщикам услуг – это:	
	программа обслуживания	
	программа тура	
	программа качества	
	программа маршрута	
21	При разработке программы обслуживания туроператором определяются	
	маршрут путешествия; перечень туристских предприятий - исполнителей услуг; период предоставления услуг каждым предприятием - исполнителем услуги	
	состав экскурсий и достопримечательных объектов; перечень туристских походов, прогулок; комплекс досуговых мероприятий	
	продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута; виды транспорта для внутренних перевозок; потребность в гидах, экскурсоводах, зарубежных представителях, инструкторах, переводчиках и др., а также потребность в их подготовке	
	все ответы верные	
	раздел 3.1	
22	В правилах психологического подхода к ведению переговоров выявление аттитюдов означает:	
	выявление интересов, ценностей, целей партнера по переговорам и использование их в своих интересах	
	выяснение намерений, ожиданий и опасений партнера по переговорам, совместный поиск вариантов решения проблемы	
	означает, что важно быть значимым (референтным) для партнера, чтобы оказывать какое-то влияние на его решения	
	принятие на себя ответственности	
23	В правилах психологического подхода к ведению переговоров интернальность означает:	
	выявление интересов, ценностей, целей партнера по переговорам и использование их в своих интересах	
	выяснение намерений, ожиданий и опасений партнера по переговорам, совместный поиск вариантов решения проблемы	
	означает, что важно быть значимым (референтным) для партнера, чтобы оказывать какое-то влияние на его решения	
	принятие на себя ответственности	
	раздел 3.2	
24	Контракт (договор) с поставщиками услуг необходим для:	
	урегулирования обязанностей и ответственности сторон	
	определения договоренности об общих критериях оценки альтернатив в решении проблем	
	определения выгоды, которое принесет ваше сотрудничество	
	закрепления результатов переговоров	
25	Договора (контракты) с партнерами-поставщиками услуг по обслуживанию туристов на маршруте тура могут быть:	
	договором купли-продажи	
	договором комиссии	
	договором обмена	
	все ответы верные	
26	Указать верный тезис о сущности Гостиничной конвенции	
	разработана под эгидой Международной гостиничной ассоциации и Всемирной федерации ассоциаций туристских агентств в 1970 г.	
	разработана под эгидой Международной гостиничной ассоциации и Всемирной федерации ассоциаций туристских агентств в 1979 г.	
	разработана под эгидой Международной гостиничной ассоциации и Всемирной федерации ассоциаций туристских агентств в 1990 г.	
	разработана под эгидой Международной гостиничной ассоциации и Всемирной федерации ассоциаций туристских агентств в 2000 г.	
27	Договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 % означает:	

	туристская фирма получает от гостиницы определенное количество мест, которые она обязана в течение периода, оговоренного в контракте, заполнить туристами. При этом она гарантирует оплату 30—80 % выделенной квоты мест, даже если они не будут использованы.	
	туристская фирма получает от гостиницы определенное количество мест, которые она обязана в течение периода, оговоренного в контракте, заполнить туристами. При этом она гарантирует оплату 30 % выделенной квоты мест, даже если они не будут использованы.	
	туристская фирма получает от гостиницы определенное количество мест, которые она обязана в течение периода, оговоренного в контракте, заполнить туристами. При этом она гарантирует оплату 80 % выделенной квоты мест, даже если они не будут использованы.	
	туристская фирма получает от гостиницы определенное количество мест, которые она обязана в течение периода, оговоренного в контракте, заполнить туристами. При этом она не гарантирует оплату выделенной квоты мест	
28	Договор о квоте мест без гарантии заполнения означает:	
	фирма не берет на себя никакой гарантии заполнения выделенной ей квоты мест. Поэтому в силу вступает обычное правило аннуляции мест, не использованных в установленные сроки. Фирма рассчитывается с гостиницей по обычным тарифам.	
	по этому договору фирма получает цены на гостиничные места более низкие, чем обычные тарифы	
	фирма не получает от гостиницы никакой квоты мест	
	фирма гарантирует оплату 30 % выделенной квоты мест, даже если они не будут использованы	
29	Наиболее типичный договор для туристских фирм, особенно тех, которые занимаются организацией индивидуального туризма, с гостиничными предприятиями – это:	
	договор о текущем бронировании	
	договор о твердой закупке мест с полной оплатой	
	договор о квоте мест без гарантии заполнения	
	договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 %	
30	В договоре с гостиничным предприятием оговариваются условия:	
	стоимость номеров и бронирования; тип номеров и необходимое их число	
	продолжительность (сезоны) обслуживания; свободные периоды	
	графики заезда туристов; набор входящих услуг; количество (пансион) и форму организации питания; время обслуживания туристов питанием;	
	специальные удобства на отдыхе; сроки подтверждения заезда туристов (бронирования); штрафные санкции по величине и срокам отказа; материальная ответственность за недозаезд (количественный), срыв заезда, отказ в размещении гостей	
	все варианты верные	
	раздел 3.2.3	
	<b>МОДУЛЬ 1</b>	
31	Указать верный тезис о договоре с предприятием питания:	
	договор заключается с отдельным предприятием питания, если питание организуется вне средства размещения туристов и не входит в контракт с гостиничным предприятием	
	в договоре с предприятием питания отражаются количество одновременно обслуживаемых туристов; регулярность и величина заказов; вид питания	
	в договоре с предприятием питания отражаются примерные варианты меню; примерные цены на различные рационы питания; сроки подачи заявок на питание;	
	все варианты верные	
32	В договоре с автотранспортным предприятием необходимо оговорить следующее:	
	марки автотранспортных средств, выделяемых для обслуживания туристов (автомашин, автобусов); цены и тарифы; маршруты, на которых будет использоваться автотранспорт	
	сроки подачи заявок на выделение автотранспорта; сроки отказа от заявок без предъявления штрафных санкций; материальную ответственность туристской фирмы за срыв использования автотранспорта	
	материальную ответственность АТП за срыв подачи автотранспорта на обслуживание туристов; максимальные сроки ожидания туристов при опоздании (неподаче) автотранспорта	
	все варианты верные	
	раздел 3.2.5.	
33	Квота мест может быть жесткой или мягкой в договоре турфирмы с авиакомпаниями; она предусмотрена в:	
	договоре на квоту мест на регулярных авиарейсах	

	в агентском соглашении с авиакомпанией	
	в договоре чартера (аренды самолета)	
	нет правильного ответа	
34	При какой квоте мест на регулярных авиарейсах соблюдается условие: вся ответственность за нереализацию мест ложится на туристскую фирму, независимо от причины. Финансовые потери несет турфирма?	
	при жесткой квоте мест	
	при мягкой квоте мест	
	при определении квоты	
	нет правильного ответа	
35	При какой квоте мест на регулярных авиарейсах соблюдается условие: устанавливаются сроки возможного отказа турфирмы от квоты; предусматривается возможность дальнейшей реализации этих мест самой авиакомпанией или ее другими агентами	
	при жесткой квоте мест	
	при мягкой квоте мест	
	при определении квоты	
	нет правильного ответа	
36	Указать верный тезис о специфике агентского соглашения турфирмы с авиакомпанией:	
	туристская фирма сама выступает в качестве кассы по продаже билетов авиакомпании	
	туристская фирма имеет соответствующее компьютерное оборудование и право доступа к сети бронирования данной авиакомпании	
	авиакомпания в лице данной турфирмы имеет дополнительный пункт продажи	
	все ответы верные	
37	Агентское соглашение турфирмы с авиакомпанией оговаривает и следующие моменты:	
	кто и на каких условиях обеспечивает наличие оборудования для оформления авиабилетов и их бланков; объемы продаж; по чьей цене продаются авиабилеты - по цене авиакомпании или по цене турагентства	
	цены и тарифы продаж авиабилетов; условия оплаты авиабилетов - предоплата или оплата по мере продажи; размер комиссионного вознаграждения за продажу авиабилетов	
	сроки и регулярность подачи отчетов авиакомпании, их форма и необходимая в приложении документация;	
	все ответы верные	
38	Практика чартерных программ показывает, что браться за их организацию имеет смысл при соблюдении условия:	
	за 4-5 месяцев возможно проведение как минимум 15-17 сдвоенных рейсов (туда и обратно). Рейсы обычно выполняются 1-2 раза в неделю и совсем редко - с периодичностью в 10 дней или в 2 недели.	
	за 4-5 месяцев возможно проведение как минимум 8-10 сдвоенных рейсов (туда и обратно). Рейсы обычно выполняются 1-2 раза в 2 недели	
	за 4-5 месяцев возможно проведение как минимум 10-12 сдвоенных рейсов (туда и обратно). Рейсы обычно выполняются 1-2 раза в 3 недели	
	нет правильного ответа	
	раздел 3.2.6	
39	Стандартные железнодорожные туры можно условно разделить на три самостоятельные категории; какие?	
	однодневные, непродолжительные (5-6 суток), многодневные (от 7 дней и более).	
	однодневные, непродолжительные (2-3 суток), многодневные (от 5 дней и более)	
	однодневные, непродолжительные (5-7 суток), многодневные (от 8 дней и более)	
	однодневные, непродолжительные (3-5 суток), многодневные (от 6 дней и более).	
40	В договор на аренду специального туристско-экскурсионного поезда включается следующее:	
	маршрут поездки с указанием всех пунктов остановки; стоимость аренды вагонов и вагонов-ресторанов; сроки путешествия с указанием дат и продолжительности остановок в каждом пункте маршрута	
	количество вагонов и мест в них, стоимость аренды вагонов; количество вагонов-ресторанов; количество смен постельного белья на одного человека	
	расстояние (километраж) маршрута и стоимость проезда; сроки отказа от путешествия (не позже чем за 20 суток до отправления); услуги в поезде	
	все ответы верные	
	раздел 3.2.8	
41	Полный пансион - Full Board (American Plan) как вариант питания туристов – это:	
	полное обслуживание, включающее размещение и трехразовое питание (FB)	
	размещение и двухразовое питание (завтрак и обед или завтрак и ужин) (НВ)	



	размещение и завтрак (ВВ)	
	только размещение (В)	
42	Форма обслуживания при организации питания туристов «А ля карт» означает:	
	свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню; применяется при обслуживании индивидуальных туристов или небольших туристских групп	
	обслуживание по единому для всех клиентов меню, без права выбора блюд; в большинстве случаев используется при организации питания туристских групп	
	свободный выбор выставленных на общий стол блюд по принципу самообслуживания	
	нет правильного ответа	
	источник: А.В. Борисова. Методы научных исследований в туризме. Ярославль, 2013. Стр.65-66 (файл 2021 учебник2)	
43	Расчленение, разложение объекта исследования на составные части с целью их самостоятельного изучения – это:	
	анализ	
	синтез	
	индукция	
	дедукция	
44	Способ получения знаний о предметах и явлениях на основании того, что они имеют сходство с другими – это:	
	анализ	
	синтез	
	аналогия	
	бенчмаркинг	
45	Процесс определения и адаптации методов работы компании с целью улучшения ее работы – это:	
	анализ	
	синтез	
	аналогия	
	бенчмаркинг	
46	Движение мысли (познания) от фактов, отдельных случаев, к общему положению – это:	
	анализ	
	синтез	
	индукция	
	дедукция	
47	Научное книжное издание, содержащее полное и всестороннее исследование одной проблемы или темы и принадлежащее одному или нескольким авторам, - это:	
	монография	
	автореферат диссертации	
	научная статья	
	научное исследование	
48	Фиксация признаков исследуемого объекта, которые устанавливаются, например, путем наблюдения или измерения – это:	
	описание	
	формализация	
	эксперимент	
	научная теория	
49	Прикладные исследования – это:	
	деятельность, направленная на применение новых знаний для достижения практических целей, решение конкретных задач	
	экспериментальная или теоретическая деятельность, направленная на получение новых и объективных знаний о мире	
	деятельность, основанная на знаниях, приобретенных в результате проведения научных исследований, направленная на создание новых продуктов и услуг	
	изучение объектов путем отображения их содержания и структуры в знаковой форме	
	раздел 5	
50	Референтные группы – это:	
	те группы, которые влияют на позицию и поведение индивида и с которыми он прямо или косвенно сравнивает свои поступки.	
	члены семьи, которые могут оказывать очень значительное влияние на покупательское поведение друг друга	
	люди, принадлежащие к одной субкультуре, общественному классу	

	группы людей, схожие по социально-демографическим и социально-экономическим признакам	
51	Факторы туристской активности, воздействующие на объем и форму спроса на туристской продукт (по мнению М. В. Виноградовой, П. И. Солдатова)	
	структура, количество и состав туристских ресурсов; мотивы и цели путешествия; уровень жизни населения и структура его доходов	
	структура свободного времени трудоспособного населения и напряженность труда	
	социальные и демографические изменения; экономические и финансовые изменения; изменения в политике, законодательной и регулятивной сферах	
	все варианты верные	
	Н. А. Восколович. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ АСПЕКТ СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СФЕРЕ ТУРИЗМА. ВЕСТН. МОСК. УН-ТА. СЕР. 6. ЭКОНОМИКА. 2016. № 6 (файл Источник 3)	
52	Пространственно-территориальные перемещения, составляющие основу туризма, прежде всего стали сферой изучения _____ наук, которые рассматривали их специфику в зависимости от использования природных ресурсов, целей, мотивов путешествий	
	географических	
	демографических	
	социологических	
	экономических	
53	Социология туризма изучает его как:	
	социальный феномен, акцентируя внимание на мотивации социальных субъектов (индивидов, групп и сообществ)	
	как форму организации свободного времени	
	как медицинские услуги	
	как процесс формирования туристского потока по половозрастным, семейным, жилищным и другим признакам	
54	Демографы рассматривают процесс формирования туристского потока (продолжить):	
	по половозрастным, семейным, жилищным и другим признакам	
	по уровню занятости и доходов	
	по территориальной и национальной принадлежности	
	все варианты верные	
55	Государственное регулирование развития сферы туризма связано с минимизацией отрицательных эффектов. Каких?	
	экологический ущерб, обострение социальной ситуации в местах временного пребывания туристов	
	поступление средств в бюджетную систему страны	
	культурный обмен с другими странами	
	вложение в человеческий потенциал	
56	Указать индикаторы развития туризма	
	Число международных туристских прибытий в год	
	Объем поступлений от международного туризма в год	
	Число граждан, выезжавших за границу как туристы	
	все индикаторы верные	
57	Указать индикаторы развития туризма	
	Экспорт и импорт по статье «Поездки» платежного баланса страны	
	Количество гостиничных предприятий	
	Количество предоставленных ночевок	
	все индикаторы верные	
58	Указать индикаторы развития туризма	
	Коэффициент использования номерного фонда средств размещения	
	Оборот платных услуг	
	Среднесписочное число занятых в сфере туризма	
	все индикаторы верные	
59	Указать индикаторы развития туризма	
	Прирост рабочих мест в индустрии туризма за год	
	Количество туроператорских фирм	
	Количество турагентских фирм	
	все индикаторы верные	
60	Указать индикаторы развития туризма	
	Поступление инвестиций в сферу туризма	

	Финансовый результат деятельности в сфере туризма (прибыль или убыток)	
	Прирост рабочих мест в индустрии туризма за год	
	все индикаторы верные	

**В КАЖДОМ ТЕСТЕ ПО 15 ВОПРОСОВ**

**1 балл – за правильный ответ**

**0 баллов – за неправильный ответ**

**Максимальное количество баллов одного контрольного тестирования – 15 баллов**

**5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

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

**Основная литература:**

Клименко, Л. В. Маркетинг в сфере услуг : учебное пособие : [16+] / Л. В. Клименко ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2019. – 111 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577773> (дата обращения: 20.11.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3130-1. – Текст : электронный.

**Дополнительная литература:**

Семилетова, Я. И. Маркетинг территорий: учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.04 Государственное и муниципальное управление / Я. И. Семилетова ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 119 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496897> (дата обращения: 20.11.2021). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

**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](http://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. Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.

2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

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

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения

1	2	3
<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 № 808И (гуманитарный корпус).</p> <p><b>3. Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</b> аудитория № 808И (гуманитарный корпус)</p> <p><b>4. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</b> аудитория № 808И (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>Аудитория № 812И</b> 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><b>Аудитория № 808И</b> Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, мультимедиа-проектор Mitsubishi XD208U, XGA,3000 ANSI, ноутбук Samsung R530 &lt;NP-R530-JS03&gt; Pent, экран на штативе 180x180см Спектра</p> <p><b>Аудитория № 704/1</b> Учебная мебель, доска, персональные компьютеры: Процессор Thermaltake, Intel Core 2 Duo Монитор Acer AL1916W , Window Vista Мышь Logitech (4шт.), Монитор 19" LG L1919S BF Black (LCD&lt;TFT,8ms, 1280*1024,250кд/м,1400:1,4:3 D-Sub), Процессор InWin, Intel Core 2 Duo, Монитор Flatron 700, Процессор «Калмас», Монитор Samsung MJ17ASKN/EDC, Процессор «Intel Inside Pentium 4», клавиатура (4 шт.)</p> <p><b>Абонемент №8 (читальный зал)</b> Учебная мебель, компьютеры в сборе (системный блок Powercool\Ryzen 3 2200G (3.5)\ 8Gb\ A320M \HDD 1Tb\ 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»  
ФАКУЛЬТЕТ НАУК О ЗЕМЛЕ И ТУРИЗМА

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

Дисциплины Теория и методология исследований туризма на 6 семестр  
(наименование дисциплины)  
очная

\_\_\_\_\_ форма обучения

<b>Вид работы</b>	<b>Объем дисциплины</b>
Общая трудоемкость дисциплины (з.е. / часов)	4/144
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
из них, предусмотренные на выполнение курсовой работы / курсового проекта	
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	63
из них, предусмотренные на выполнение курсовой работы / курсового проекта	
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	25,8

Форма(ы) контроля:  
экзамен \_\_\_\_\_ 6 \_\_\_\_\_ 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	7	8
1.	Основы теории и методологии научных исследований в индустрии туризма. Индустрия туризма как объект научного исследования	2	2		4	изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ	
2.	Научный понятийно-терминологический аппарат туристики. Структурные элементы научных исследований социально-экономических систем и сфера их применения в индустрии туризма. Дефиниции научных исследований в туризме. Функции научных исследований. Теоретический и эмпирический уровни науки при изучении разноуровневых социально-экономических объектов индустрии туризма. Объектно-субъектная характеристика мировой, страновой и региональной индустрии туризма.	2	2		4	изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ	
3.	Методология и методы изучения социально-экономических процессов в индустрии туризма. Методы научных исследований в туристике. Источники информации о	2	2		4	изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ	

	социальноэкономических процессах, влияющих на индустрию туризма.						
4.	Введение в теорию и практику социально-экономических исследований в индустрии туризма. Понятие методологии, методов исследования, актуальности изучения проблем внутреннего и въездного туризма. Выбор предмета и объекта исследования на конкретных примерах предприятий индустрии туризма. Выбор цели исследования, формулирование задач. Выбор направления научного исследования в органе управления туристской деятельностью, в офисе турфирмы, в «полевых» условиях. Возможные проблемы и пути их решения.	2	2		4	изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ	
5	Концептуальные основы социально-экономических исследований в мировой индустрии туризма. Статистика мировой индустрии туризма: критическое осмысление и формирование концепции модернизации методов сбора и анализа информации о показателях деятельности индустрии туризма: российский и зарубежный опыт. Практико-ориентированные научные достижения в международной туристской деятельности. Научно-обоснованные методы управления в мировой индустрии	2	2		4	изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ	

	туризма. Особенности научно-практического управления предприятиями индустрии туризма в зарубежных странах и в России.						
6	<p>Методология и методы научных исследований в международной туристской деятельности. Международный опыт проведения социально-экономических исследований в индустрии туризма. Эволюция методов социально-экономических исследований в индустрии туризма. Общность и различия в методологических подходах к изучению социально-экономических тенденций в индустрии туризма в зарубежных странах и в России. Методические подходы к анализу стратегии инновационного развития предприятий индустрии туризма. Анализ социально-культурного пространства, связанного с индустрией туризма. Национальные системы статистического учета мультипликативного эффекта деятельности предприятий индустрии туризма в мировом социально-культурном пространстве. Исследование традиционных и инновационных технологий управления предприятиями индустрии туризма. Концептуальная, экспертная, формально-статистическая, модельная оценки</p>	2	2		4	изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ	



	структуры и функций управления мировой индустрией туризма.						
7	Групповое обсуждение примеров проведения социально-экономических исследований в индустрии туризма. Сравнение методов социально-экономических исследований в индустрии туризма. Выбор стратегии инновационного развития предприятия индустрии туризма (на примере).	2	2		4	изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ	
8	SWOT и PEST-анализ социально-культурного пространства, связанного с индустрией туризма. Расчет мультипликативного эффекта деятельности предприятий индустрии туризма. Оценка структуры и функций управления мировой индустрией туризма на основе статистики мирового туризма.	2	2		5	изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ	
9	Организация социально-экономических научных исследований в индустрии туризма в зарубежных странах и в России. Этапы и результаты научных исследований в индустрии туризма. Этапы проведения научного исследования. Подготовительный этап научного исследования. Особенности организации научного исследования на предприятиях индустрии туризма в странах ЕС, Северной Америки и России.	2	2		5	изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ	
10	Организация исследования текущего и перспективного	2	2		5	изучение научной литературы	

	планирования и управления предприятиями индустрии туризма, входящие в мировые туристские альянсы. Организация и выполнение исследовательского этапа. Сфера применения процессного анализа (ряды динамики, факторные признаки, проблемные звенья, качественная неопределенность, случайные процессы). Оформление результатов исследования. Особенности исследования региональных проблем развития индустрии туризма с учетом международного научно-практического опыта в условиях глобализации мирового хозяйства.					подготовка к выполнению практических работ	
11	Научно-методическое обеспечение управления индустрией туризма на межстрановом, страновом, региональном и локальном уровнях	2	2		5	изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ	
12	Изучение методов научного исследования, применяемых в индустрии туризма на разных уровнях ее функционирования. Метод глобальных аналогий. Страновые геоинформационные методы анализа. Региональные методы социологических, статистических, натурных исследований. Методы анализа внутренней и внешней среды туристского предприятия.	2	2		5	изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ	
13	Основные этапы выполнения научно-исследовательской темы.	2	2		4	изучение научной литературы	

	<p>Научное исследование. Сущность и особенности. Общая схема научного исследования. Обоснование актуальности выбранной темы. Постановка цели и конкретных задач исследования. Определение объекта и предмета исследования</p>					<p>подготовка к выполнению практических работ</p>	
14	<p>Качественные подходы в туристских исследованиях. Методы маркетингового опроса. Метод (модель) Дельфи.</p>	2			6	<p>изучение научной литературы подготовка к выполнению практических работ</p>	
	<b>Всего часов:</b>	28	26		63		