



**Негосударственное образовательное частное учреждение высшего
образования «Высшая школа управления» (ЦКО)
(НОЧУ ВО «Высшая школа управления» (ЦКО))**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Управление туристскими кластерами

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки

«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

Квалификация выпускника

«Бакалавр»

Форма обучения

Очная, очно-заочная, заочная

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры
таможенного дела,
внешнеэкономической деятельности и туризма
«28» августа 2024, протокол №1
Заведующий кафедрой к.э.н., проф.
М.В. Родченков

г. Москва, 2024

1. Цели и задачи учебной дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины «Управление туристскими кластерами» – является формирование у обучающихся системы знаний теоретических основ управления туристическими кластерами, формирование профессиональных умений и навыков планирования, организации туристических кластеров, исследования потенциала туристической территории, инвестиционного проектирования и использования механизмов частно-государственного партнерства и маркетинга в рамках развития туристических кластеров и территорий.

Для достижения поставленной цели должны быть решены следующие задачи:

- изучить понятие, принципы, признаки и виды туризма, его роль в современном развитии общества, основы туристских технологий, особенности охраняемых природных территорий России,
- связи туризма с устойчивым развитием человечества. Экономическую эффективность и немонетарные преимущества туризма, основы менеджмента в туризме технологию проведения экологического аудита.
- уметь оперировать понятиями, принципами, признаками и видами туризма, его ролью в современном развитии общества, основами туристских технологий, особенностями охраняемых природных территорий России, связями экологического туризма с устойчивым развитием человечества.
- овладеть методами оценки туризма и его роли в современном развитии общества. Методами классификации туров. Приемами организации туров. Технологией выполнения туристского маршрута.

Место дисциплины (модуля) в структуре ОП по направлению подготовки (специальности)

Дисциплина «Управление организацией в сфере туристских услуг» относится к дисциплинам вариативной части.

Дисциплина «Управление туристскими кластерами» – неотъемлемая составная часть профессионального цикла

образовательной программы туризма. Программа курса строится на предпосылке, что студенты владеют базовыми положениями организации и технологии международного и внутреннего туризма. Одновременно курс создает предпосылки для более глубокого освоения важнейших разделов современного туризма.

Изучение основ данной учебной дисциплины, получаемые при этом знания и формируемые навыки, дополняются и углубляются при изучении других учебных курсов в рамках основной образовательной программы: базируется на знаниях, полученных студентами при изучении таких дисциплин, как «География туризма», «Технологии организации и предоставления туристических услуг» и др. Дисциплина «Управление туристскими кластерами» является предшествующей для следующих дисциплин: «Информационные технологии в туризме», «Туристско-рекреационное проектирование», «Менеджмент в туризме», «Маркетинг в туризме», «Введение в прикладной анализ данных», «Экономика предприятия индустрии туризма», «Право», и др.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения ОПОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю) Формирование и развитие туристических кластеров:

Коды компетенции	Результаты освоения ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
------------------	--------------------------	---

ПК-3	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	<u>Знать:</u> понятие, принципы, признаки и виды экологического туризма, его роль в современном развитии общества, основы технологий, особенности охраняемых природных территорий России, связи экологического туризма с устойчивым развитием человечества. Экономическую эффективность и немонетарные преимущества экологического туризма, основы экологического менеджмента в туризме, технологию проведения экологического аудита. <u>Уметь:</u> оперировать понятиями, принципами, признаками и видами экологического туризма, его ролью в современном развитии общества, основами технологий, особенностями охраняемых природных территорий России, связями экологического туризма с устойчивым развитием человечества. <u>Владеть:</u> методами оценки экологического туризма и его роли в современном развитии общества. Методами классификации туров. Приемами организации туров. Технологией выполнения эколого-туристского маршрута.
------	---	--

3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 зачетных единиц (ЗЕ), 144 академических часов.

1.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы 144 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа	78
Аудиторная работа (всего):	72
Лекции	36
Семинары, практические занятия	36
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	72
зачет	4

Для очно-заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы 144 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная работа	56
Аудиторная работа (всего):	52
Лекции	26
Семинары, практические занятия	26
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	92
зачет	4

Для заочной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы 144 часов

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоёмкость дисциплины	144
Контактная работа	18
Аудиторная работа (всего):	14
Лекции	8
Семинары, практические занятия	6
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	130
зачет	4

2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

2.1. Разделы дисциплины и трудоёмкость по видам учебных занятий (в академических часах)

№ те мы	Наименование темы	Всего			Количество часов								
		ОФО	ОЗФО	ЗФО	Контактная работа						Внеаудиторная работа		
					Лекции			Практическ.			Самостоятельная работа		
					ОФО	ОЗФО	ЗФО	ОФО	ОЗФО	ЗФО	ОФО	ОЗФО	ЗФО
1	Законодательный базис развития внутреннего туризма в России.	8	10	11	2	2	1	2	2		4	8	10
2	Теоретические основы кластерного развития туризма.	8	10	11	2	2		2	2	1	4	8	8
3	Проблемы формирования и развития осваиваемых туристских кластеров.	10	10	11	2	2	1	4	2		4	8	10
4	Формирование и развитие туристских кластеров.	12	10	11	4	1		2	1	1	6	8	10

5	Туристские кластеры как инструмент эффективного взаимодействия администрации, бизнеса и общества.	12	10	11	2	1	1	4	1		6	8	10
6	Этапы и технология создания туристских кластеров.	12	10	12	2	2	2	4	2	1	4	6	10
7	Основные подходы, принципы и механизмы управления туристскими кластерами.	10	10	10	2	2	1	2	2		4	6	10
8	Принципы государственно-частного партнерства в управлении туристскими кластерами.	10	10	10	4	2		1	2		4	6	10
9	Сущность туристских кластеров	12	12	12	2	2		4	2	1	4	8	8
10	Понятие «региональный туристский кластер» и его характеристика	10	12	11	4	2		2	2	1	6	8	10
11	Методы идентификации туристских кластеров в системе регионального туризма	12	12	10	2	2		4	2		6	8	10
12	Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивого развития туризма в регионе	12	12	10	4	2		2	2		6	8	10
13	Брендинг туристско-рекреационного кластера	12	12	10	4	2		2	2		6	8	10
	Всего по дисциплине	140	140	140	36	26	6	36	26	6	66	88	124
	зачет										4	4	4
	Итого	144	144	144	36	26	8	36	26	6	72	92	130

4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Законодательный базис развития внутреннего туризма в России.

Государство, признавая туристскую деятельность одной из приоритетных отраслей экономики Российской Федерации, содействует туристской деятельности и создает благоприятные условия для ее развития, определяет и поддерживает приоритетные направления туристской деятельности, формирует представление о Российской Федерации как стране, благоприятной для туризма, а также осуществляет поддержку и защиту российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

Основными целями государственного регулирования туристской деятельности являются:

- обеспечение права граждан на отдых, свободу передвижения и иных прав при совершении путешествий;
- охрана окружающей среды;
- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов.

Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации осуществляется путем:

- определения приоритетных направлений развития туризма в Российской Федерации;
- нормативного правового регулирования в сфере туризма;
- разработки и реализации федеральных, отраслевых целевых и региональных программ развития туризма;
- содействия в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;
- защиты прав и интересов туристов, в том числе оказания им экстренной помощи, а также обеспечения их безопасности;
- содействия кадровому обеспечению в сфере туризма;
- развития научных исследований в сфере туризма;
- стандартизации и классификации объектов туристской индустрии;
- формирования и ведения единого федерального реестра туроператоров (далее также - реестр);
- взаимодействия с иностранными государствами и международными организациями в сфере туризма, в том числе через представительства уполномоченного Правительством Российской Федерации федерального органа исполнительной власти за пределами Российской Федерации.

Тема 2. Теоретические основы кластерного развития туризма

Возникновение и трансформация понятия кластер, основные подходы к рассмотрению туристского кластера. Кластерная стратегия и ее преимущества в социально-экономическом развитии стран мира. Исследование туристских кластеров и за рубежом, и в России лабораторная работа.

Опыт создания туристско-рекреационных кластеров и их влияние на развитие индустрии туризма. Алгоритм формирования туристского кластера.

Тема 3. Проблемы формирования и развития осваиваемых туристских кластеров.

Виды кластеров, их структура, условия возникновения и функционирования. Основные подходы и примеры классификации кластеров. Роль кластеров в реализации ФЦП Развитие внутреннего и въездного туризма на

Тема 5. Туристские кластеры как инструмент эффективного взаимодействия администрации, бизнеса и общества.

Возможности государственного регулирования различных кластеров. Новые направления государственного регулирования туристской деятельности, основанные на принципах государственно-частного партнерства. Координация деятельности участников туристско-рекреационных кластеров. Брендинг туристского кластера.

Тема 6. Этапы и технология создания туристских кластеров.

Основные этапы создания туристских кластеров. Изучение стадий жизненного цикла туристских кластеров (юридическая, экономическая, информационная). Влияние инновационных технологий на развитие туризма.

Тема 7. Основные подходы, принципы и механизмы управления туристскими кластерами.

Выявление преимуществ региона при формировании формировании кластеров и их оценка. Региональные программы развития туристских кластеров Управление туристскими кластерами разных уровней организации. Составление программы развития туристского кластера региона. Создание концепции кластера

Тема 8. Принципы государственно-частного партнерства в управлении туристскими кластерами.

Основные подходы к определению понятия государственно-частное партнерство.

Поиск партнеров для создания кластера. Основные подходы в создании и управлении туристскими кластерами на принципах государственно-частного партнерства. Модели предприятий в туризме.

Тема 9. Сущность туристских кластеров

Определение кластерного подхода к развитию туристской инфраструктуры, их специфика. Внутрикластерные связи.

Тема 10. Понятие «региональный туристский кластер» и его характеристика

Характеристика регионального аспекта туристского кластера. Конкурентноспособность регионов. Коопреация и пути развития кластеров.

Тема 11. Методы идентификации туристских кластеров в системе регионального туризма

Форма пространственной организации туризма. Совокупностью предприятий сферы туристского обслуживания и сопряженных отраслей. Эффект инновационности.

Тема 12. Организационно-экономический механизм обеспечения устойчивого развития туризма в регионе.

Особенности функционирования и развития туризма. Экономика туризма и региона как целостная система. Общие принципы управления - системность, объективность, обратная связь, информационная достаточность. Принцип согласованности действий, принцип координации работ предприятий сферы туризма, принцип равнозначности требований к функционированию и развитию туризма в регионе и др.

Тема 13. Брендинг туристско-рекреационного кластера

Брендинг мест, ошибки брендинга мет в рамках кластерного подхода развития туризма, роль маркетинговой и брендинговой концепций в продвижении, создании и поддержании работы кластера.

4.3. Темы Планы практических занятий

Семинар 1. Мировой и российский опыт создания туристских кластеров. Вопросы для обсуждения

1. Возникновение и трансформация понятия кластер.
2. Кластерная стратегия и ее преимущества в социально-экономическом развитии стран мира и России.
3. Исследование туристских кластеров в России и за рубежом, опыт создания туристско-рекреационных кластеров и их влияние на развитие индустрии туризм.

4. Алгоритм формирования туристского кластера.

Семинар 2. Туристский кластер: виды, классификация, структура и содержание.

Вопросы для обсуждения

1. Виды кластеров, их структура, условия возникновения и функционирования.
2. Основные подходы и примеры классификации кластеров.
3. Роль кластеров в реализации ФЦП Развитие внутреннего и въездного туризма на 2019- 2020 годы.
4. Формирование представлений о кластерах как о точках роста внутреннего туризма и инструмента эффективного управления.
5. Методы идентификации туристских кластеров в системе регионального туризма.

Семинар 3. Туристские кластеры разных уровней и ресурсная база их создания

Вопросы для обсуждения

1. Приоритетная роль региональных администраций по формированию туристских кластеров.
2. Разработка регионального плана развития кластера региона.
3. Организационноэкономический механизм обеспечения устойчивого развития туризма в регионе.

Семинар 4. Туристские кластеры как инструмент эффективного взаимодействия администрации, бизнеса и общества

Вопросы для обсуждения

1. Возможности государственного регулирования различных кластеров.
2. Новые направления государственного регулирования туристской деятельности, основанные на принципах государственно- частного партнерства.
3. Координация деятельности участников туристско-рекреационных кластеров.
4. Брендинг туристского кластера.

Семинар 5. Этапы и технология создания туристских кластеров.

1. Основные этапы создания туристских кластеров.
2. Изучение стадий жизненного цикла туристских кластеров (юридическая, экономическая, информационная).
3. Влияние инновационных технологий на развитие туризма

Семинар 6. Основные подходы, принципы и механизмы управления туристскими кластерами.

Вопросы для обсуждения

1. Выявление преимуществ региона при формировании кластеров и их оценка.
2. Региональные программы развития туристских кластеров.
3. Управление туристскими кластерами разных уровней организации.
4. Составление программы развития туристского кластера региона.
5. Создание концепции кластера.

Семинар 7. Принципы государственно-частного партнерства в управлении туристскими кластерами

Вопросы для обсуждения

1. Основные подходы к определению понятия государственно-частное партнерство.
2. Поиск партнеров для создания кластера.
3. Основные подходы в создании и управлении туристскими кластерами на принципах государственно-частного партнерства.
4. Модели предприятий в туризме.

Семинар 8. Методология формирования туристских комплексов и кластеров.

Вопросы для обсуждения

1. Инфраструктура туристских комплексов и кластеров.
2. Основные направления содействия развитию кластеров.
3. Система мероприятий по реализации кластерной политики.

Семинар 9. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации.

Вопросы для обсуждения

1. Развитие механизмов финансовой поддержки реализации кластерной политики на федеральном уровне.
2. Предоставление методической, информационно-консультационной, образовательной поддержки реализации кластерной политики.
3. Меры, направленные на предупреждение рисков неэффективной реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации.
4. Основные результаты реализации кластерной политики.
5. Признаки и типы территориальных кластеров.

Семинар 10. Стратегическое управление туристскими комплексами и кластерами.

Вопросы для обсуждения

1. Особенности стратегического проектирования туристского кластера.
2. Стратегическое планирование развития инфраструктуры туристского комплекса.

Семинар 11 Эффективность функционирования и развития туристских комплексов и кластеров

Вопросы для обсуждения

1. Методика оценки эффективности и результативности стратегического управления туристским комплексом.
2. Оценка эффективности государственной поддержки создания туристских кластеров.
3. Эффективное формирование продукта туристского кластера.

Семинар 12 Кластерный подход к проектированию туристско-рекреационных зон и объектов

Вопросы для обсуждения

1. Типология туристско-рекреационных кластеров. Модель стратегии и этапы создания туристско-рекреационного кластера.
2. Методы идентификации границ кластера.
3. Роль турфирмы в структуре кластера.
4. Проблемы формирования и развития туристско-рекреационных кластеров в России.
5. Различия между туристско-рекреационными системами и туристско-рекреационными кластерами.

Семинар 13 Теоретико-методологические основы формирования и развития туристских кластеров.

Вопросы для обсуждения

1. Природа и сущность туристского кластера с позиций отечественной и зарубежной научной школы. Преимущества создания и этапы развития туристских кластеров. Виды туристских кластеров и их классификация.
2. Методологические аспекты оценки результативности деятельности туристского кластера.
3. Оценка российского и мирового опыта функционирования туристских кластеров. Внешняя среда и ее влияние на развитие туристских кластеров.
4. Выработка системы контроля качества управления туристским кластером.

Семинар 14 Научные основы формирования и развития туристских кластеров.

Вопросы для обсуждения

1. Роль туризма в социально-экономическом развитии территорий. Современные подходы к определению туристских кластеров. Анализ опыта применения кластерного подхода к развитию туризма в Российской Федерации. Современные подходы к определению состава туристического кластера.
2. Анализ методических подходов к проектированию туристического кластера.
3. Современный этап и перспективы развития туристских кластеров в Российской Федерации.
4. Разработка научных и методических рекомендаций по формированию и развитию туристических кластеров.

3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

3.1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине (модулю)

Компетенция ПК-3

способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;		
Этапы формирования компетенции		
Знает	Умеет	Владеет
понятие, принципы, признаки и виды экологического туризма, его	оперировать понятиями, принципами, признаками и видами экологического	методами оценки экологического туризма и его роли в современном развитии

роль в современном развитии общества, основы экологотуристских технологий, особенности охраняемых природных территорий России, связи экологического туризма с устойчивым развитием человечества. Экономическую эффективность и немонетарные преимущества экологического туризма, основы экологического менеджмента в туризме, технологию проведения экологического аудита. 5.2.1 (1-20)	туризма, его ролью в современном развитии общества, основами экологотуристских технологий, особенностями охраняемых природных территорий России, связями экологического туризма с устойчивым развитием человечества. 5 .2.2 (17-30)	общества. Методами классификации экотуров. Приемами организации экотуров.. Технологией выполнения эколого-туристского маршрута. 5.2.3 (11-20)
Показатели и критерии оценивания компетенции на различных этапах ее формирования, шкала оценивания		
Знает, если выполнил 5.2.1 (1-20) Умеет, если выполнил 5.2.2 (17-30) Владеет, если выполнил 5.2.3 (11-20)		

Вопросы к зачету:

- 1 Понятие кластерного подхода к развитию туристской инфраструктуры.
- 2 Инновационные подходы к управлению развитием территорий.
- 3 Территориальный маркетинг как фактор государственного и муниципального управления.
- 4 Субъекты в территориальном маркетинге: их цели и интересы.
- 5 Целевые аудитории в территориальном маркетинге: виды и их особенности.
- 6 Понятие комплекса средств территориального маркетинга.
- 6 Сущность отдельных средств (инструментов) территориального маркетинга: территориальный продукт, цена территориального продукта, локализация территориальных продуктов, продвижение территориального продукта.
- 7 Маркетинговая среда территории: внутренняя и внешняя.
- 8 Сущность и необходимость сегментации в территориальном маркетинге.
- 9 Разновидности территориального маркетинга в зависимости от уровня объекта анализа.
- 10 Специфика и роль маркетинга территорий в зависимости от уровня объекта анализа.
- 11 Теоретические аспекты позиционирования в территориальном маркетинге: общее и специфическое для каждого уровня.
- 12 Конкурентоспособность территории: теоретические аспекты, технологии измерения и оценки.
- 13 Имидж как конкурентный ресурс территории.
- 14 Понятие бренда и брендинг территорий.

- 15 Понятие потенциала территории.
- 16 Рейтинги и индикаторы как первичные данные о состоянии и тенденциях развития территории.
- 17 Маркетинговое планирование развития территории.
- 18 План маркетинга территории: разработка и реализация.
- 19 Организация деятельности по реализации плана маркетинга территории.
- 20 SWOT: анализ положения и перспектив территории.
- 21 PEST-анализ, как инструмент изучения внешней среды
- 22 Цели, задачи, инструменты программы продвижения территории.
- 23 Реструктуризация информационной среды как вариант продвижения территории.
- 24 Территориальная служба маркетинга, её особенности, задачи и цели деятельности.
- 25 Цели, задачи, инструменты продвижения территорий.
- 26 Роль и значение рекламы в продвижении территории.
- 27 PR как инструмент продвижения территорий.
- 28 Понятие, задачи и инструменты Интернет-маркетинга в управлении продвижением территории.
- 29 Виды маркетинговых стратегий территории.
- 30 Понятие туристического кластера.

5.2.1 Тематика рефератов

1. Тенденции социально-экономического развития, требующие активного территориального маркетинга и кластерного подхода.
2. Туристы как один из объектов территориального маркетинга.
3. Инвесторы как важная целевая аудитория территориального маркетинга
4. Комплекс маркетинга территории, характеристика основных элементов разработки.
5. Маркетинг-микс территории в мировой и отечественной практике деятельности органов государственной и местной власти.
6. Особенности формирования конкурентных преимуществ использованием инструментов территориального маркетинга.
7. Регион, как объект исследования территориального маркетинга.
8. Разработка бренда в процессе формирования имиджа территории. Особенности сегментирования рынка в территориальном маркетинге.
9. Маркетинг страны и его особенности.
10. Внутренний и внешний имидж
11. Взаимосвязь имиджа региона и территориального маркетинга.
12. Механизмы формирования имиджа и репутации территории.
13. Проблемы конкурентоспособности страны, региона, территорий на мировых рынках.
14. Позиционирование и продвижение бренда территории.
15. Кластерный подход в развитии территории (на примере сфер культуры, туризма)

16. Город и маркетинговые коммуникации.
17. Образ «идеального» населенного пункта - маркетинг города.
18. Программы продвижения России на региональном и международном уровне.
19. Особенности формирования программ продвижения территории.
20. Средства PR как инструмент продвижения территории.
21. Опыт применения Интернет-маркетинга в регионах: проблемы и перспективы развития.
22. SWOT-анализ как инструмент аудита территории (на конкретном примере).
23. Стратегии маркетинга территорий. Какую выбрать?
24. Системный подход к формированию позитивного имиджа территории.
25. Маркетинг туризма в системе маркетинга достопримечательностей.
26. Основные направления деятельности органов государственной и муниципальной власти в системе маркетинга территорий.
27. Механизмы доброжелательной и толерантной мотивации местного населения к иногородним жителям.
28. Роль органов власти в организации взаимодействия и координации деятельности разных субъектов маркетинга территорий.
29. План маркетинга территории как целевая программа.
30. Опыт внедрения территориального маркетинга в зарубежных странах.

5.2.2 Тестовые задания

1. Какие условия необходимы для развития туризма?

- а) политическая стабильность, развитие транспортной индустрии, развитие местной промышленности;
- б) природные богатства, инфраструктура, материальная база, транспортные услуги, ресурсы гостеприимства.
- в) все выше перечисленное

2. Основные отличия туриста от экскурсанта?

- а) в организации посещения другой местности; б) в целях путешествия;
- в) в длительности путешествия.

3. Каким образом подразделяются по построению трассы маршрута?

- а) линейные и кольцевые, радиальные;
- б) стационарные и кольцевые, радиальные;
- в) линейные, стационарные.

4. Дайте определение понятия «Тур»?

- а) Организованная совокупность услуг во время путешествия;
- б) Это индивидуальная или групповая поездка по определенному туристскому маршруту в конкретно определенный срок;
- в) Распространенный в туризме вид продажи товара, когда несколько услуг реализуются в наборе.

5. Туристский маршрут это?

- а) заранее спланированная трасса передвижения туристов, рассчитанная по времени с целью получения предусмотренных программой обслуживания услуг;
- б) путь передвижения путешественников, рассчитанный по времени с целью получения экскурсионных услуг;
- в) все вышеперечисленное.

6. Специалист, занимающийся разработкой индивидуальных и коллективных программ досуга?

- а) туроператор ; б) аниматор ;
- в) сценарист;

7. Основные услуги?

- а) услуги, включенные в стоимость тура; б) услуги, включенные в турпутевку;
- в) все вышеперечисленное.

8. Найдите соответствия: Город – Достопримечательность?

- а) Владимир а) Памятник «Тысячелетие России» б) Волгоград б) Эрмитаж
- в) Кострома в) Мамаев Курган д) Москва д) Золотые Ворота
- е) Новгород е) Ипатьевский монастырь
- ж) Санкт-Петербург ж) Колокольня Ивана Великого

9. Найдите соответствия: Город – Достопримечательность?

- а) Берлин а) Цвингер б) Париж б) Колизей в) Афины в) Версаль
- д) Рим д) Бранденбургские ворота е) Солт-Лейк-Сити е) Акрополь
- ж) Дрезден ж) Великий Храм Мормонов з) Мадрид з) Риксмузеум
- и) Флоренция и) Музей Прадо
- к) Амстердам к) Галерея Уффици

10. Найдите соответствия распространенных определений следующих городов?

- 1. Багдад а) «гранитный город»
- 2. Стамбул б) «жемчужина пустыни»
- 3. Дамаск в) «город лилии»
- 4. Париж г) «город золотого рога»
- 5. Абердин (Шотландия) д) «город мира»

11. Фирме-туроператору требуется автобус для проведения экскурсий. Организовать экскурсии планируется через каждые семь туродней. Запланированный пробег за год составляет 10 000 км. Туристическая фирма может использовать транспорт сторонней организации. При этом стоимость одного километрового пробега составляет 23 долл. Если приобрести автобус в

собственность, то накладные (постоянные) затраты будут равны 5000 долл. Основные переменные затраты составят 12 долл. за километр. Требуется выбрать более эффективный вариант: пользоваться арендованным автобусом сторонней организации или использовать собственный транспорт.

а) пользоваться арендованным автобусом сторонней организации б) использовать собственный транспорт.

12. Установите соответствие: Тип климата - Город ?

- | | |
|----------------------|----------------|
| а) Арктический | а) Лондон |
| б) Умеренный | б) Владивосток |
| в) Средиземноморский | в) Сингапур |
| г) Муссонный | г) Барселона |
| д) Экваториальный | д) Тикси |

13. Определите, какая страна из перечисленных не омывается водами Средиземного моря?

- а) Сирия; б) Израиль; в) Турция; г) Ливан; д) Иордания; е) Греция; ж) Албания; з) Египет; и) Ливия; к) Алжир.

14. Укажите название единственного морского порта Словении?

- а) Котор; б) Дуррес; в) Пирей; г) Измир; д) Копер; е) Ливерпуль; ж) Эдинбург; з) Риека.

15. Укажите, какой известный физико-географический объект объединяет Францию, Италию, Швейцарию, Германию, Австрию, Лихтенштейн, и определите страну, которая может их дополнить?

- а) Хорватия; б) Болгария; в) Македония; г) Словения; д) Греция;

16. По признаку географического положения найдите исключение из логики?

- а) Испания; б) Греция; в) Албания; г) Сирия;

- д) Пакистан; е)
Непал;
- ж) Мьянма; з)
Гана;
- и) Судан;
- к) Колумбия.

17. Туроператор – это?

- а) предприятие, организующее рекламу и продвижение туристического продукта;
- б) реализатор туристического продукта;
- в) предприятие, занимающееся разработкой туристического продукта, комплектацией тура и обеспечивающее их функционирование.

18. Турист - это гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания?

- а) с занятием оплачиваемой в этом месте деятельностью; б)
без занятия оплачиваемой в этом месте деятельностью;
- в) с целью поиска работы и устройства на постоянное место жительства.

19. Интенсив-тур представляет собой?

- а) поощрительную поездку за счет фирмы для своих сотрудников; б)
путешествие с целью лечения;
- в) путешествие с целью посещения ряда стран за одну неделю.

20. Виза – это?

- а) официальный документ, удостоверяющий личность туриста;
- б) разновидность международного страхового полиса, позволяющая получать и оплачивать страховые услуги в любой стране мира;
- в) специальное разрешение иностранного правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через территорию его государства

21. Таможенные формальности представляют собой процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу?

- а) установленного паспортно-визового режима; б)
установленных требований вакцинации;
- в) правил и условий ввоза и вывоза вещей, товаров и валютных средств.

22. Что необходимо для развития международного туризма в России?

- а) наличие естественных туристических ресурсов; б)
высокие темпы экономического роста;
- в) кардинальное решение отношений собственности и проведение комплекса мероприятий на государственном уровне по превращению туризма в приоритетное экономическое направление.

23. Обслуживание «a la cart » - это?

- а) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню;
- б) обслуживание по единому для всех туристов меню без права выбора блюд; в)
свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание.

24. В отличие от индивидуального, групповой тур?

- а) предполагает одновременное присутствие в турпоездке не менее 9 человек;
- б) имеет стоимость не более 1000 долларов и длится не менее 5 дней ;

- в) стандартный, не предполагает различия в уровне сервисного обслуживания туристов;
- г) предполагает аренду транспортного средства, а не приобретение проездных.

25. К обязанностям судоходной компании по договору фрахта относится?

- а) своевременная разработка круизного маршрута и графика движения судна;
- б) организация анимационного обслуживания туристов ;
- в) оплата стоимости услуг портов стоянок, шлюзов, каналов и т.д.; г) организация экскурсионного обслуживания туристов в портах стоянок ; д) организация питания туристов на борту теплохода.

26. Как обозначается двухместный номер с видом на море на базе питания «полу-пансион» в гостиничной документации?

- а) TRPL, FB, SSV;
- б) DBL-twin, BB ; в) SNGL, BB, SCV; г) DBL, AI ;
- д) DBL, SV, HB.

27. В каком случае российский гражданин, имеющий итальянскую шенгенскую визу, во время заграничной поездки может совершить двухдневную экскурсию из Италии в Хорватию и обратно?

- а) только если у него есть туристический ваучер хорватской стороны ; б) в любом случае, если не нарушается срок действия итальянской шенгенской визы ;
- в) если турист имеет туристический ваучер хорватской стороны и итальянскую мульти-визу.

28. Кто осуществляет государственный контроль и надзор за соблюдением обязательных требований государственных стандартов в туризме?

- а) государственный орган управления туризмом; б) Госстандарт России;
- в) турфирма.

29. Если международным договором РФ установлены иные правила, чем те, которые содержатся в законодательстве РФ о стандартизации, то применяются?

- а) правила международного договора;
- б) правила, установленные законодательством РФ; в) иные правила (по договору).

30. В каком нормативном документе приведен полный перечень существенных условий договора на туристское обслуживание?

- а) в Гражданском кодексе РФ;
- б) в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
- в) в Законе РФ «О защите прав потребителей».

Ключ к тесту:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
в	В	а	в	в	в	в	а-д б-в д-ж в-е е-а ж-б	а-д б-в в-е д-б е-ж ж-а з-и и-к к-з	1-б 2-г 3-д 4-в 5-а	б	а-д б-а в-г г-б д-в	д	д

15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
Г Аль пы	к	в	б	а	в	в	в	а	в	в	д	б	б	б	б

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

а) основная учебная литература:

1. Александрова А.Ю. Туристское регионоведение. Влияние региональной интеграции на мировой туристский рынок / А. Ю. Александрова, О. Г. Ступина. Москва: КноРус, 2016. 174 с.
2. Баулина О.А. Концептуальные основы кластерного развития региона [Электронный ресурс] / Баулина О А., Юношин В.В. Электрон, текстовые данные. Волгоград: Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет, 2016. 162 с.
3. Воскресенский В.Ю. Международный туризм [Электронный ресурс] : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. 463 с.
4. Инновационное развитие регионов Беларуси и Украины на основе кластерной сетевой формы [Электронный ресурс] / Н.Г. Берченко [и др.]. Электрон, текстовые данные. Минск: Белорусская наука, 2017. 392 с.
5. Карякина Л А . Формирование и развитие кластерных образований в экономике [Электронный ресурс]: монография. Электрон, текстовые данные. М.: Дашков и К, 2016. 150 с.
6. Кирьянова Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций: учебное пособие для магистратуры. М.: Издательство Юрайт, 2018. 264 с. (Серия: Университеты России).
7. Колодий Н. А. Экономика ощущений и впечатлений в туризме и менеджменте : учебное пособие для магистратуры / Н. А. Колодий. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 326 с.

8. Косолапов А.Б., Елисеева Т.И. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие. 6-е изд., стер. Москва: КноРус, 2019. 199 с.

Косолапов, А.Б. Организация туристской деятельности: практикум.

Владивосток: Издательство Дальневосточного федерального университета, 2017. 407 с.

9. Кусков А. С. Туроперейтинг: Учебник. М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 400 с. Маевский Д.П., Синявец Т.Д., Лучко О.Н., Мезенцева О.В., Маренко В.А., Кулагина Е.В., Грицай М.А., Прончева О.К.
10. Сорокина А.В. Координация пространственного и отраслевого развития в рамках кластеров [Электронный ресурс]: опыт зарубежных стран/ Сорокина А.В. Электрон, текстовые данные. М.: Дело, 2015. 36 с.

б)дополнительная учебная литература:

1. Миркин Б.Г. Введение в анализ данных: учебник и практикум / Б. Г. Миркии. М.: Издательство Юрайт, 2018. 174 с.
2. Тарасенко В. Территориальные кластеры [Электронный ресурс]: семь инструментов управления/ Тарасенко В. Электрон, текстовые данные. М.: Альпина Паблишер, 2016. 201 с.
3. Ульянченко Л.А. Региональные туристские комплексы и кластеры [Электронный ресурс]: монография. Электрон, текстовые данные. М.: Русайнс, 2016. 151 с.
4. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Управление индустрией туризма России в современных условиях: учебное пособие для вузов. М.: КноРус, 2016. 416 с.
5. Шимова О.С. Основы устойчивого туризма: Учебное пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2017. 190 с.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины

1. Официальный сайт Российской гостиничной ассоциации (РГА)
<http://rha.ru/>
2. Официальный сайт Федерального агентства по туризму РФ
<http://www.russiatourism.ru/>
3. Электронная библиотека «Все о туризме» <http://tourlib.net/>
4. Электронный журнал «Пять звезд» <http://5stars-mag.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При проведении лекций, лабораторных занятий, самостоятельной работе студентов применяются интерактивные формы проведения занятий с целью погружения студентов в реальную атмосферу профессионального сотрудничества по разрешению проблем, оптимальной выработки навыков и качеств будущего специалиста. Интерактивные формы проведения занятий предполагают обучение в сотрудничестве. Все участники образовательного процесса (преподаватель и студенты) взаимодействуют друг с другом, обмениваются информацией, совместно решают проблемы, моделируют ситуацию.

В учебном процессе используются интерактивные формы занятий:

1. Творческое задание. Выполнение творческих заданий требуют от

студента воспроизведение полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей творческого подхода.

1. Групповое обсуждение. Групповое обсуждение кого-либо вопроса направлено на достижение лучшего взаимопонимания и способствует лучшему усвоению изучаемого материала.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение:

- программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google chrome»);
- программы, демонстрации видео материалов (например, проигрыватель «Windows Media Player»);
- программы для демонстрации и создания презентаций (например, «Microsoft PowerPoint»).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для преподавания дисциплины не требуется специальных материально-

технических средств (лабораторного оборудования, компьютерных классов и т.п.). Однако во время лекционных занятий, которые проводятся в большой аудитории, использовать проектор для демонстрации слайдов, схем, таблиц и прочего материала.

