

Министерство транспорта Российской Федерации
Федеральное агентство железнодорожного транспорта
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Дальневосточный государственный университет путей сообщения»

Кафедра «Международный бизнес, сервис и туризм»

В. А. Чернов

ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Методическое пособие по изучению дисциплины

Хабаровск

2015

УДК 338.48 - 44(100)(075.8)
ББК У433.8я73
Ч 493

Рецензент:

Профессор кафедры «Философии, социологии и права»
докт. филос. наук А.С. Брейтман

Чернов, В. А.

Ч 493 Технология организации международного туризма : методическое пособие / сост. В. А. Чернов. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2015. – 29 с.

Методическое пособие соответствует Федеральному государственному образовательному стандарту РФ по дисциплине «Технология организации международного туризма», которая относится к циклу профессиональных дисциплин вариативной части и изучается студентами ДВГУПС (направление подготовки 43.03.02 «Туризм»).

Методическое пособие содержит тематический план и программу лекционного курса, планы семинарских занятий для студентов 3 и 4 курсов очной и 4 и 5 курсов заочной форм обучения, задания для самостоятельной работы, тематику контрольных и курсовых работ для студентов очной и заочной форм обучения. Издание содержит тесты для проверки знаний и список основной и дополнительной литературы.

Издание адресовано студентам всех форм обучения направления подготовки 43.03.02 «Туризм», изучающим дисциплину «Технология организации международного туризма».

© Издательство Дальневосточного государственного
университета путей сообщения (ДВГУПС), 2015

СОДЕРЖАНИЕ

1. Трудоемкость дисциплины и её распределение по видам работ	6
2. Тематическое содержание курса	7
Тематика лекционного курса	7
Тематика практического курса.....	9
3. Тематика курсовых проектов (работ)	15
4. Виды самостоятельной работы студентов и их состав	16
5. Указания по выполнению и задания контрольной работы (для ИИФО).....	16
6. Формы текущего контроля знаний	18
7. Итоговый контроль:	18
Вопросы к экзамену	18
8. Перечень обязательной литературы, обеспечивающий выполнение лицензионных показателей	20
Перечень дополнительной литературы, рекомендуемой для углубленного изучения дисциплины	20
9. Электронные ресурсы:.....	22
10. Контрольно-измерительные материалы.....	24

ВВЕДЕНИЕ

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом ВПО РФ дисциплина «Технология организации международного туризма» относится к циклу профессиональных дисциплин вариативной части и изучается студентами ДВГУПС направления подготовки 43.03.02 «Туризм».

«Технология организации международного туризма» – одна из профессиональных дисциплин (изучается на 3 курсе в 6 семестре и на 4 курсе в 7 семестре очной формы обучения). Изучение данной дисциплины направлено на формирование у будущих специалистов целостной системы знаний о туристской деятельности и особенностях её организации.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям обучающегося: предшествующее освоение знаний, умений и компетенций в области дисциплин «Организация туристской деятельности», «Экономика международного туризма», «Технология внутреннего туризма».

Дисциплина «Технология организации международного туризма» является предшествующей для дисциплины «Техника и технология в туризме», «Организация автоперевозок в туризме», «Организация железнодорожных путешествий» и др.

В данном методическом пособии представлены:

- цель и задачи по изучению дисциплины;
- тематический план курса;
- содержание лекционного курса;
- планы семинарских занятий;
- задания по самостоятельной работе студентов;
- ключевые понятия дисциплины;
- список основной и дополнительной литературы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать:

- **общекультурными компетенциями (ОК):**
 - способностью к интеллектуальному, культурному, нравственному, физическому и профессиональному саморазвитию и самосовершенствованию (ОК-1);
 - способностью соблюдать этические и правовые нормы, регулирующие с учётом социальной политики государства отношения человека с человеком, обществом, окружающей средой, применять нормативные и правовые документы в туристской деятельности (ОК-5);

- способностью понимать социальную значимость своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к профессиональной деятельности в туристской индустрии (ОК-9).

– **профессиональными компетенциями (ПК):**

- владение теоретическими основами проектирования, готовностью к применению основных методов проектирования в туризме (ПК-1);
- способность самостоятельно находить и использовать различные источники информации по проекту туристского продукта (ПК-3);
- способностью находить, анализировать и обрабатывать научно-техническую информацию в области туристской деятельности с использованием информационно-коммуникационных технологий (ПК-13).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности, особенности и состав туристского продукта и его составных элементов; особенности организации туристской деятельности в России во въездном и выездном туризме.

Уметь: составлять договорную документацию для всех контрагентов туристской деятельности.

Владеть: основами туроперейтинга и механизмами построения взаимоотношений между туроператорами и контрагентами туристской деятельности.

Бакалавр по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

Проектная деятельность:

- разработка туристского продукта с учетом технологических, социально-экономических и других требований;

Организационно-управленческая деятельность:

- расчёт и оценка затрат по организации туристской деятельности на предприятии с целью рационализации затрат.

1. ТРУДОЁМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ И ЕЁ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПО ВИДАМ РАБОТ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7,0 зачётных единиц. Аудиторных занятий – 96 часов (в том числе КСР – 2 часа).

Виды работ	Количество часов
Лекции	32
Практические занятия	64
Самостоятельная работа	56
Курсовая работа	32
Итоговый контроль (экзамен)	36
Объём дисциплины	224

Теоретической и методической основой дисциплины «Технология организации международного туризма» и настоящего методического пособия являются работы отечественных и зарубежных учёных, посвящённые технологии организации международного туризма: В.И. Азара, А.Ю. Александровой, М.Б. Биржакова, В.Г. Гуляева, А.П. Дуровича, Е.Н. Ильиной, Д.К. Исмаева, В.А. Квартальнова и других.

Формы обучения. Обучение строится на сочетании лекций, семинаров и самостоятельной внеаудиторной работы студентов. Лекции являются аудиторными занятиями, которые предназначены для теоретического осмысления и обобщения сложных разделов дисциплины. Практические занятия являются также аудиторными и проводятся в виде семинаров по заранее известным темам. Они предназначены для более глубокого изучения определённых аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Изучение дисциплины осуществляется по единой тематической программе в соответствии с учебным планом дневного отделения:

Распределение часов по темам и видам учебных занятий

№	Наименование темы	Всего ауд. часов	Аудиторные занятия (час.)		КСР
			лекции	сем-ры	
1.	Основные понятия международного туризма	2	0	2	2
2.	Из истории международного туризма	4	2	2	2
3.	Международный туризм как социально-экономическое явление	6	2	4	3
4.	Международное сотрудничество в области туризма	6	2	4	3
5.	Рынок международного туризма	6	2	4	3

№	Наименование темы	Всего ауд. часов	Аудиторные занятия (час.)		СРС
			лекции	сем-ры	
6.	География и продвижение международного туризма	6	2	4	3
7.	Международный туризм как индустрия	6	2	4	3
8.	Организация туристских путешествий	6	2	4	3
9.	Налаживание партнёрских отношений с иностранными турфирмами	6	2	4	3
10.	Формирование туров по России для иностранных туристов	6	2	4	3
11.	Особенности организации поездок интуристов по России	6	2	4	4
12.	Международный Экотуризм	6	2	4	4
13.	Взаимодействие с российскими компаниями	6	2	2	4
14.	Создание туристской фирмы	6	2	4	4
15.	Государственное и общественное регулирование международной туристской деятельности	6	2	4	4
16.	Особенности развития туризма в Хабаровском крае	6	2	4	4
17.	Выставочная деятельность в международном туризме	6	2	4	4

2. ТЕМАТИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

ТЕМАТИКА ЛЕКЦИОННОГО КУРСА

Тема № 1. Из истории въездного туризма в России.

Гостеприимство древних славян. Сообщения путешественников XVI – XVII в.в. о Московии. Развитие туризма в Российской империи. Становление и развитие иностранного туризма в Советском Союзе. [8, 12, 17, 23, 24].

Тема № 2. Международный туризм как социально-экономическое явление.

Туризм и развитие регионов. Значение международного туризма. Социально-экономическая роль туризма. Факторы, определяющие развитие международного туризма. Международный туризм и занятость населения. [7, разд. 1, 9, разд. 2].

Тема № 3. Международное сотрудничество в области туризма.

Цели и задачи сотрудничества в области туризма. Двустороннее сотрудничество. Многостороннее сотрудничество. Безвизовый туризм. [9, разд. 3].

Тема № 4. *Рынок международного туризма.*

Особенности рынка международного туризма. Мировой и региональные рынки международного туризма. Методы изучения туристского спроса. Методы сегментации спроса на туристские услуги. Дифференциация туристского предложения и специализация производства. [4, разд. 6-7; 9, разд. 4].

Тема № 5. *География международного туризма.*

Географические факторы развития международного туризма. География мировых туристских потоков. География некоторых видов международного туризма. [9, разд. 5].

Тема № 6. *Международный туризм как индустрия.*

Структура индустрии международного туризма. Стандартная международная классификация средств размещения. Классификация предприятий питания. Информационно-экскурсионное обслуживание в сфере международного туризма. Транспортные средства в международном туризме. Индустрия развлечений. [1, разд. 5; 9, разд. 6].

Тема № 7. *Организация туристских путешествий.*

Роль и место туристских фирм в организации туристских поездок. Функции и задачи туроператора. Агентское соглашение. Особенности организации российскими туроператорами международных туров. [9, разд. 7].

Тема № 8. *Налаживание партнёрских отношений с иностранными турфирмами.*

Предварительный выбор стран, сужение выбора. Определение предполагаемых фирм-партнеров и их количества. Выбор связи для контакта. Установление первых контактов. [4, разд. 8; 9, разд. 7; 34].

Тема № 9. *Формирование туров по России для иностранных туристов.*

Состояние и тенденции развития въездного туризма в РФ. Туристские ресурсы России. Виды туризма в РФ. Материально-техническая база въездного туризма России. [4;10; 19, разд. 5].

Тема № 10. *Особенности организации поездок интуристов по России.*

Разработка программы обслуживания. Виды программ. Работа гида при встрече/проводах группы иностранных туристов, их заселению в гостиницу, организации питания и туристско-экскурсионного обслуживания. [4, разд. 15].

Тема № 11. *Международный Экотуризм.*

Экологический и этнографический туризм: основные понятия. Особенности организации аборигенного туризма в Хабаровском крае и на Дальнем Востоке. [3, разд. 2-4; 7, разд. 11; 10; 16].

Тема № 12. *Взаимодействие с российскими компаниями.*

Особенности взаимодействия туроператорской компании с гостиницами, компаниями-перевозчиками, экскурсионными бюро, страховыми компаниями. [4, разд. 14].

Тема № 13. *Создание туристской фирмы.*

Типы и виды коммерческих предприятий и некоммерческих организаций в туризме. Особенности выбора названия и места размещения. Организация и работа туристского агентства. [4, разд. 5; 14].

Тема № 14. *Государственное и общественное регулирование международной туристской деятельности.*

Сущность, структура и инструменты государственного регулирования туризма. Механизмы поддержки развития международного туризма. Правовое регулирование международной туристской деятельности в разных странах. Сертификация в международном туризме. Стандартизация в международном туризме. Сущность финансовой ответственности туроператора. Налоговое регулирование международной туристской деятельности. Туристская политика государства. Правовая основа туристского бизнеса в разных странах. Общественные объединения в туризме. [9, разд. 8].

Тема № 15. *Особенности развития туризма в Хабаровском крае.*

Статистика въезда и выезда в/из Хабаровского края. Основные страны-доноры туристов Хабаровского края. Виды туризма в Хабаровском крае. Особенности организации безвизовых групповых туристских поездок с КНР. [7, 21, 33].

Тема № 16. *Выставочная деятельность в международном туризме.*

Классификация выставок. Крупнейшие выставочные мероприятия в туризме. Предварительная подготовка к участию в выставке. Подготовка стенда. Работа на выставочном стенде. Послевывставочная работа. [4, разд. 16; 20, разд. 8].

ТЕМАТИКА ПРАКТИЧЕСКОГО КУРСА

Тема № 1. *Основные понятия международного туризма.*

Системный подход к определению туризма. Категории туризма. Субъекты международного туризма. Туристские потребности: мотивы и цели путешествий. Классификация международного туризма. [1, разд. 1; 4, разд. 3; 9, разд. 1].

Тема № 2. *История международного туризма на ДВ.*

Пути сообщения как фактор развития международного туризма на Дальнем Востоке. Первые иностранные туристы на Дальнем Востоке. Становление и развитие индустрии гостеприимства на Востоке Российской Империи. Значение Приамурской промышленно-сельскохозяйст-

венной выставки 1913 г. для развития международного туризма. Развитие школьного туризма. Паломнические поездки с Дальнего Востока. [8, разд. 9; 36].

Тема № 3. Современное состояние туризма. Тенденции развития современного туризма.

Обзор международного туризма. Туристские прибытия и доходность туризма. Экономические тенденции развития туризма по субрегионам. Экономическое развитие выездного туризма (туристские прибытия и туристские расходы). Перспективы развития международного туризма (текущий и долгосрочный прогнозы). [1, разд. 6; 4, разд. 1].

Тема № 4. Тенденции развития туристской индустрии.

Структура индустрии международного туризма. Тенденции развития гостиничной индустрии. Совершенствование транспортных перевозок. Внедрение информационных технологий в сферу туризма. [1, разд. 5; 9, разд. 6].

Тема № 5. Основные международные туристские организации.

Мировые (международные) туристские объединения и организации общего характера: Всемирная туристская организация (ЮНВТО / UNWTO) и Всемирная федерация ассоциаций туристских агентств (ФУААВ / FUAABV). Мировые (международные) туристские объединения и организации отраслевого характера: Международная ассоциация гражданской авиации (ИКАО / ICAO), Международная ассоциация воздушного транспорта (ИАТА / IATA), Международная гостиничная ассоциация (МГА / IHA) и др. Общественные объединения в туризме. Международные неправительственные организации, международные региональные организации, международные молодёжные и профсоюзные организации, национальные ассоциации турагентств. [2, разд. 1; 9, разд. 8].

Тема № 6. Российско-китайское сотрудничество в области туризма.

Соглашение между Правительствами РФ и КНР о взаимных поездках граждан и приграничные зоны торговли. Соглашение между правительством РФ и правительством КНР о безвизовых групповых туристских поездках (в редакциях 1992, 2000, 2006 и 2009 гг.). Особенности оформления туристских групп в КНР и приёма тургрупп из КНР. [21; 38].

Тема № 7. Анализ рынка.

Факторы туристского спроса. Методы прогнозирования туристского спроса. Потребители туристских услуг. Мотивация путешественников. Психологические детерминанты спроса. Агенты по продвижению туристских услуг. Поставщики туристских услуг. [1, разд. 3; 9, разд. 4; 34, разд. 3].

Тема № 8. *Инвентаризация туристских ресурсов.*

Необходимость инвентаризации туристских ресурсов. Определение и сущность туристских ресурсов, подходы к их классификации. Оценка образа дестинации. Формирование перечня ресурсов. Характеристика природных ресурсов. Культурно-исторические ресурсы. Социально-экономические ресурсы. Информационные туристские ресурсы. [4, разд. 2; 4, разд. 4; 9, разд. 10].

Тема № 9. *Маркетинг территории в России: возможности и технологии. Перспективы городов.*

Территориальный маркетинг: сущность, маркетинговая среда, комплекс средств реализации. Территориальный маркетинг страны: имидж и символика страны, конкурентоспособность страны. Влияние имиджа страны на развитие въездного туризма. Страны и бренды. Маркетинг региона: позиционирование, оценка конкурентоспособности и маркетинговые стратегии регионов. Маркетинг города. Образ «идеального» населённого пункта. Программа продвижения города: цели, задачи, инструменты. [9, разд. 14].

Тема № 10. *Туристский бренд.*

Бренды регионов: из чего они состоят. Как создавать бренд региона. Ребрендинг региона. Трудности, связанные с продвижением дестинаций. Надбренды (супрабренды) дестинаций.

Нетрадиционное продвижение туристского продукта. [9, разд. 14; 27].

Тема № 11. *Глобализация и глокализация в туризме.*

Процессы транснационализации и глобализации в международном туризме. Основные тенденции развития мирового хозяйства: глобализация и регионализация. Транснациональные компании (ТНК) и формы их существования на рынке международного туризма. Влияние туристских ТНК на национальную экономику. Процессы глобализации в мировом туризме. [1, разд. 9].

Тема № 12. *Статистика международного туризма.*

История вопроса. Концепция статистики международного туризма. Основные единицы туризма. Классификация спроса в статистике туризма. Статистика туристских потоков. Статистика туристских доходов и расходов. Классификация предложения в международном туризме. Организация и методы статистического учёта в международном туризме. [1, разд. 2; 7, разд. 2; 9, разд. 11].

Тема № 13. *Понятие и функции туроператора.*

Основные функции российского туроператора по направлению. Схемы туроператора по реализации и организации туров: прямая организация туров и опосредованная организация. Планирование и формирование турпродукта. Установление сотрудничества с иностранными туроператорами по приёму. Установление сотрудничества с иностранными перевозчиками. Продвижение и реализация турпродукта на российском

рынке. Особенности страхования ответственности туроператора. [9, разд. 7].

Тема № 14. Основные функции российского туроператора по приёму.

Выбор зарубежных туристских рынков и оценка спроса на поездки в Россию. Определение зарубежных партнёров. Выбор целей и стратегии маркетинга въездного туризма. Разработка турпродукта. Согласование турпродукта с иностранным партнёром. Формирование внешнеторговых цен на российский турпродукт. [4, разд. 9; 9, разд. 7].

Тема № 15. Зарубежные партнеры российских принимающих туристских фирм.

Исследование и выбор зарубежных партнёров российской принимающей фирмы. Функции и задачи иностранного партнёра российской турфирмы. Поиск возможных фирм-партнёров и определение их количества. Изучение деловых качеств турфирмы. Правоспособность, кредитоспособность и дееспособность турфирмы-партнёра. Принятие решения и заключение договора с иностранным партнёром. [4, разд. 8].

Тема № 16. Договор между инициативным и рецептивным туроператорами.

Нормативные документы. Основные позиции договорных взаимоотношений между туроператорами. Виды договоров между туроператорами. Атрибуты контракта на путешествие. Приложения к контракту. Условия расчётов, аннуляции забронированных туров, ответственности сторон за соблюдение условий контракта. Франкфуртская таблица по снижению цен за поездки. [4, разд. 11; 19, разд. 8].

Тема № 17. Требования, предъявляемые к турфирмам, принимающим интуристов.

Материально-техническая база. Работа на зарубежном рынке. Работа на российском рынке. Организация и контроль финансовых потоков. [4, разд. 5].

Тема № 18. Разработка программы обслуживания.

Требования к проектированию тура. Виды программ обслуживания. Требования к программе. Этапы разработки программы. Методы контроля выполнения программы. Оптимальность программы. Тематические программы. Организация деловых туров. Организация конгрессных туров. [4, разд. 10].

Тема № 19. Особенности приёма интуристов из Японии, Кореи, Китая.

Менталитет азиатских туристов, их особенности, привычки, национальные обычаи. Мотивация к поездкам и потребности туристов из Азии. Коллективность и индивидуальность. Особенности кухни. Требования к средствам размещения. Траты за рубежом. Поведение за рубежом. Казусы и непонимание в заграничных поездках. [7, разд. 16; 26; 35; 38].

Тема № 20. Особенности приёма и мотивация туристов из Европы и Америки.

Менталитет «западных» туристов, их особенности, привычки, национальные обычаи. Мотивация к поездкам и потребности туристов из Европы, США и Канады. Коллективность и индивидуальность. Особенности кухни. Требования к средствам размещения. Траты за рубежом. Поведение за рубежом. Казусы и непонимание в заграничных поездках. [7, разд. 14-15].

Тема № 21. Особенности обслуживания туристов на маршрутах.

Встреча и проводы туристов на границе. Трансфер. Обсуждение и коррекция программы. Размещение в гостинице. Обслуживание в ресторанах и других предприятиях общепита. Требования к гиду-переводчику. Особенности обслуживания определённых групп туристов: вегетарианцев, мусульман и пр. [3, разд. 1].

Тема № 22. Особенности разработки этнографических туров.

Разработка маршрута. Значение транспортной доступности населённого пункта. Комплексность программы: музеи, национальные ансамбли, показ обрядов и обычаев, дегустация кухни, мастер-классы по изготовлению сувениров. Значение легенд и местных традиций. Ценообразование. Участие коренного населения в развитии туризма. [3, разд. 5; 10; 33].

Тема № 23. Особенности заключения договоров с контрагентами.

Договор с гостиничным предприятием и предприятием питания. Аренда отеля. Договор с автотранспортным предприятием. Формы сотрудничества туроператора с авиакомпаниями. Чартерные перевозки в организации выездных туров. Услуги железных дорог и аренда вагонов. Взаимодействие туроператора с экскурсионными фирмами. Заключение договоров на бытовое и медицинское обслуживание туристов. Страхование туристов. [4, разд. 14].

Тема № 24. Функции и технология работы туристских агентств.

Виды, функции и задачи турагентств. Агентский договор. Агентские сети и франчайзинг в туризме. Программы бронирования туров. Работа с туроператорами: правила бронирования туров. Формирование продажной цены тура. Обслуживание клиентов при продаже. Состав турпакета. Оформление продажи тура. Договор с туристом. Туристская путёвка, ваучер. Памятка и информационный листок. [6, разд. 4; 9, разд. 7; 14; 20, разд. 1-4].

Тема № 25. Требования к офису туристской фирмы.

Месторасположение офиса. Внешний вид. Документы на пользование офисом. Оборудование офиса, мебель. Информация для потребителей. [14].

Тема № 26. Требования к персоналу туристской фирмы.

Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии.

ГОСТ Р 55318-2012 «Туристские услуги. Общие требования к персоналу туроператоров и турагентов». Классификация персонала туроператоров и турагентов. Критерии оценки персонала туроператоров и турагентов. Общие и дополнительные требования к персоналу туроператоров и турагентов. Общие требования к руководителям (заместителям руководителей), специалистам, менеджерам, консультантам и референтам туроператора и турагента. [4, разд. 18; 5, разд. 5].

Тема № 27. Туристские формальности.

Виды формальностей в международном туризме. Полицейские формальности. Паспортные формальности. Визовые формальности. [2, разд. 2-3; 9, разд. 9].

Тема № 28. Таможенные формальности

Таможенные формальности и валютный контроль. Медико-санитарные формальности. Формальности безопасности в международном туризме. Страхование в туризме. [2, разд. 4-7; 9, разд. 9].

Тема № 29. Основные направления развития туризма в Хабаровском крае.

Государственная программа Хабаровского края «Развитие внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае (2013 – 2020 годы)». Общая характеристика состояния туристской отрасли и актуальные проблемы. Приоритеты и цели краевой государственной политики в сфере туризма. Создание Хабаровского туристско-рекреационного кластера; создание круизного кластера «Остров Большой Уссурийский – Шантары»; создание туристско-рекреационного кластера «Северный Сихотэ-Алинь». [7, разд. 18; 21; 33; 44].

Тема № 30. Развитие въездного туризма в Хабаровском крае.

Природоориентированные виды туризма. Событийный туризм. Этнографический туризм. Круизы. Взаимодействие городов-побратимов. Формы безвизового въезда. [7, разд. 19; 21; 33; 38; 44].

Тема № 31. Подготовка и участие фирмы в международной туристской выставке.

Выставки в комплексе маркетинга туристской фирмы. Подготовка туроператора к участию в выставках. Особенности участия в выставках инкамингового и аутгоингового туроператора. Участие в выставке и послевыставочный период. Стендист и особенности его работы на выставке. [4, разд. 17].

Тема № 32. Каталоги турфирм.

Виды каталогов. Особенности подготовки и издания каталогов. Основные требования к каталогу. Каталоги тематики оздоровительного (пляжного) или экскурсионно-познавательного туризма с использованием авиатранспорта. Каталоги тематики экскурсионно-познавательного (оздоровительного) туризма с использованием автобусов. [4, разд. 16; 20, разд. 7].

3. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ)

1. История развития международного туризма в регионе
2. История становления и перспективы развития амурских круизов
3. Особенности организации безвизовых туристских поездок с Китаем
4. Оценка рынка въездного туризма в крае
5. Принципы и особенности создания молодежной гостиницы
6. Особенности размещения иностранных туристов в городском частном секторе
7. Подготовка и участие туристских фирм в международных туристских выставках
8. Особенности развития экологического туризма для иностранных туристов на ООПТ
9. Развитие деревенского (сельского, аграрного, фермерского – на выбор студента) туризма в регионе
10. Развитие креативного (самодетельного, экстремального, приключенческого – на выбор студента) туризма в регионе
11. Развитие аборигенного (этнографического – на выбор студента) туризма в регионе
12. Особенности и потребности туристов из Китая (Японии, Кореи, США – на выбор студента) как фактор разработки въездного тура
13. Использование культурно-исторических ресурсов региона при создании тура для иностранных туристов из Японии (Китая, Кореи, США – на выбор студента)
14. Создание туров на основе культурных событий региона
15. Современное состояние этнического (ностальгического) туризма и работа с соотечественниками
16. Создание доступной среды для маломобильных путешественников
17. Разработка новых туров и экскурсий на основе выявления новых мест и объектов показа
18. Выявление новых видов туризма и создание условий для их развития в Хабаровском крае

19. Слоганы в туризме (положительный и отрицательный опыт).
Разработка эффективных слоганов для туризма Хабаровского края
20. Позиционирование территории и его использование в Хабаровском крае
21. Межрегиональное сотрудничество в туризме
22. Управление туризмом на региональном (муниципальном) уровне
23. Программы социально-экономического развития Хабаровского края и Дальнего Востока (Программа развития культуры, транспорта, КМНС, здравоохранения, образования – на выбор студента) и их применение для развития туризма в крае
24. Туристский путеводитель как средство привлечения туристов
25. Туристская энциклопедия: российский опыт, и его использование для разработки Хабаровской энциклопедии
26. Разработка цикла (производственных, экологических – на выбор студента) экскурсий

4. ВИДЫ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ И ИХ СОСТАВ

Основными формами самостоятельной работы студентов (СРС) являются:

1. Конспектирование научной литературы.
2. Подготовка докладов по отдельным темам программы.
3. Анализ специальной литературы (очерки путешествий, путеводители, картографический материал и пр.).
4. Обзор новейших научных работ (монографий, статей).
5. Тематические презентации с комментариями
6. Выполнение курсовой работы.

Самостоятельная работа студентов должна быть организована с учётом времени изучения той или иной темы по учебному плану.

Основной формой контроля самостоятельной работы студентов являются практические занятия, а также еженедельные консультации преподавателя.

При подведении итогов самостоятельной работы (в частности, написания рефератов, контрольных работ) преподавателем основное внимание уделяется разбору и оценке лучших работ студента.

5. УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ И ЗАДАНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ (для ИИФО)

В процессе изучения дисциплины **"Технология организации международного туризма"** студенты ИИФО выполняют **контрольную работу** в

соответствии с учебным планом. Контрольная работа выполняется на листах формата А4 объёмом не более 15 листов в печатном виде.

Контрольная работа на тему «Особенности организации туристской поездки в (далее указать страну в соответствии с последними цифрами зачётной книжки)».

01 КНР	18 Великобритания	35 Иран
02 Р. Корея	19 Германия	36 Непал
03 Япония	20 Франция	37 Доминикана
04 Таиланд	21 Испания	38 Бразилия
05 Вьетнам	22 Италия	39 ЮАР
06 Индия	23 Польша	40 ОАЭ
07 Сингапур	24 Чехия	41 Монголия
08 Малайзия	25 Венгрия	42 Тайвань
09 Индонезия	26 Сербия	43 КНДР
10 Австралия	27 Хорватия	44 Шри Ланка
11 Новая Зеландия	28 Финляндия	45 Тунис
12 Филиппины	29 Швеция	46 Марокко
13 США	30 Норвегия	47 Австрия
14 Канада	31 Швейцария	48 Грузия
15 Мексика	32 Израиль	49 Эстония
16 Куба	33 Египет	50 Молдова
17 Мальдивы	34 Турция	

Если последние две цифры зачётной книжки превышают 50, то необходимо вычесть 50, например: xxx61 = 61-50 = вариант 11, т.е. «Особенности организации туристской поездки в Новую Зеландию».

В работе необходимо отразить следующие аспекты:

- Привлекательность страны для российских туристов;
- Анализ динамики российского туристского потока за последние 10 лет с выявлением причин роста/падения (максимумов/минимумов);
- Основные туроператоры данного направления в стране и крае с обоснованием такого выбора;
- Транспортная доступность страны для российских туристов (с указанием видов транспорта и маршрутов поездки от Хабаровска);
- Особенности въезда и пребывания в стране;
- Рекомендации для российских туристов по поведению в стране.

В конце работы приводится перечень фактически используемой литературы. Затем ставится дата выполнения работы и подпись.

Выполненная работа отправляется на проверку. Студенты, у которых контрольная работа соответствует всем требованиям, допускаются к собеседованию, которое проводится перед экзаменом во время сессии. Контрольную работу с пометкой "не зачтено" следует исправить с учётом сде-

ланных замечаний и сдать повторно **вместе с незачтенной работой и рецензией**.

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Студентам предложена система бальной (рейтинговой) оценки их аудиторной и внеаудиторной активности, что обеспечивает необходимый уровень знаний по дисциплине и позволяет объективно оценивать готовность студентов к сдаче экзамена. В течение семестра студентам предстоит пройти 8 точек контроля (один раз в две недели).

Помимо посещения лекционных и практических занятий студент в течение семестра выполняет самостоятельную работу в объеме 56 часов, которая также учитывается рейтингом. Ориентировочное количество баллов за СРС следующее: подготовка качественного доклада с презентацией по заданной теме – 5; подготовка презентации – 4; подготовка доклада по теме (без презентации) или демонстрация видеоролика по заданной теме – 3; сообщение на семинарском занятии – 2; участие в дискуссии на семинаре – 1. Дополнительно оценивается ведение конспекта лекций (по усмотрению преподавателя).

Другие виды текущего контроля:

- промежуточная аттестация (по графику учебного процесса);
- тестирование в системе АСУ в период промежуточной аттестации для оценки текущего уровня знаний);

7. ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ:

- сдача экзамена по утвержденным кафедрой вопросам.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Налаживание международных контактов.
2. Формирование туров для иностранных туристов.
3. Нетрадиционное продвижение туристского продукта.
4. Определение туристского продукта региона.
5. Квалификационные требования (профессиональные стандарты) к основным должностям работников туристской индустрии.
6. Субъекты туристского рынка. Статистические категории в туризме: посетители, туристы, экскурсанты.
7. Туристская услуга. Услуги, входящие в пакет услуг (тур).
8. Требования к туроператору, предъявляемые новым законодательством.
9. Инвентаризация туристских ресурсов региона.
10. Требования к гиду-переводчику. Обязанности гида-переводчика.

11. Сущность финансовой ответственности туроператора.
12. Туристский ваучер. Условия применения.
13. Глобализация в туризме.
14. Зарубежные фирмы-партнеры.
15. Безвизовый туризм.
16. Франкфуртская таблица по снижению цен за поездки.
17. Особенности организации приёма туристов из КНР.
18. Перечень и требования к документам, оформляемым при организации безвизовой поездки в КНР.
19. Концепция и основные направления развития туризма в Хабаровском крае
20. Международное сотрудничество в туризме. Всемирная туристская организация.
21. Особенности страхования ответственности туроператора.
22. Основные проблемы приёма иностранных туристов в России.
23. Особенности договоров между инициативными и рецептивными туроператорами.
24. Влияние имиджа страны на развитие въездного туризма.
25. Этнический и этнографический туризм. Аборигенный туризм.
26. Взаимодействие туроператора с гостиничными предприятиями.
27. Интернет в туризме.
28. Особенности Хабаровского края по приёму иностранных туристов.
29. Экологический туризм.
30. Государственное регулирование туризма в трактовке новой редакции закона «Об основах туристской деятельности в РФ».
31. Каналы розничной продажи российского турпродукта за рубежом.
32. Взаимодействие туроператора со страховыми компаниями.
33. Особенности продвижения турпродукта.
34. Программа туристского путешествия.
35. Взаимодействие туроператора с экскурсионными фирмами.
36. Соглашение о безвизовых туристских поездках между РФ и КНР.
37. Особенности рецептивного туроперейтинга. Инкаминг.
38. Выставочная деятельность в туризме
39. Установление контактов с зарубежными партнерами.
40. Каталог туроператора.

8. ПЕРЕЧЕНЬ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЙ ВЫПОЛНЕНИЕ ЛИЦЕНЗИОННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм : учебник / А. Ю. Александрова. – М. : КноРус, 2013. – 464 с.
2. Бгатов, А. П. Туристские формальности : учебник. – 2-е изд., испр.и доп. – М. : Академия, 2013. – 368 с. – (Высшее профессиональное образование. Бакалавриат).
3. Бутузов, А. Г. Этнокультурный туризм (для бакалавров) : учебное пособие. – М. : КноРус, 2014. – 248 с.
4. Исмаев, Д. К. Организация въездного туризма в Российскую Федерацию : учебно-практ. пособие. – 2- изд. / Д. К. Исмаев. – М. : Книгодел : МАТГР, 2009. – 152 с.
5. Калыгина, Е. В. Въездной туризм. Организация эффективной структуры инкамингового туроператора: учебно-практическое пособие. – М. : КноРус, 2014. – 104 с.
6. Косолапов, А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. – М. : КноРус, 2011. – 280 с.
7. Мирзеханова, З. Г. География мировых туристических центров и потоков : учебник / З. Г. Мирзеханова ; [отв. ред. П. Ф. Бровко]. – Владивосток : Изд-во Дальневост. федерал. ун-та, 2011. – 408 с. : ил.
8. Соколова, М. В. История туризма: учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений. – 4-е изд., стер. – М. : Академия, 2012. – 352 с. – («Высшее профессиональное образование. Туризм»).
9. Экономика и организация туризма. Международный туризм : учеб. пособие / Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев и др.; под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. – 4-е изд. – М. : КНОРУС, 2015. – 568 с.

ПЕРЕЧЕНЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, РЕКОМЕНДУЕМОЙ ДЛЯ УГЛУБЛЕННОГО ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

10. Аборигенный экотуризм. Хабаровский край : путеводитель / Авт.-сост. В. А. Чернов; Центр содействия коренным малочисленным народам Севера. – Вып. 5. – М. : [б.и.], 2009. – 138 с.
11. Ананьев, М. А. Международный туризм. – М. : Международные отношения, 1968. – 208 с.
12. Багдасарян, В. Э. Советское зазеркалье. Иностранный туризм в СССР в 1930-1980-е годы / В. Э. Багдасарян, И. Б. Орлов, Й. Й. Шнайден, А. А. Федупин, К. А. Мазин. – М. : ФОРУМ, 2014. – 256 с.

13. Борисенко, И. В. Туристские формальности : учебное пособие / И. В. Борисенко, Г. Б. Григорьева, Н. И. Гусев, С. И. Ершова, Т. В. Шевцова. – М. : Инфра-М : Форум, 2013. – 384 с. – (Высшее образование. Бакалавриат).
14. Ватутин, С. Прибыльная турфирма. Советы владельцам и управляющим / С. Ватутин, М. Дашкиев. – СПб. : Питер, 2013. – 208 с. : ил. – (Начать и преуспеть).
15. Дурович, А. П. Организация туризма : уч. пособие / А. П. Дурович. – СПб. : Питер-Юг, 2013. – 320 с.
16. Завгородудько, В. Н. Рекреационный туризм в курортных зонах Дальнего Востока / В. Н. Завгородудько, Г. В. Завгородудько, С. В. Сидоренко, Т. И. Завгородудько, В. В. Кортелев. – Хабаровск : Изд-во ДВГМУ, 2007. – 160 с.
17. Загадочная Московия. Россия глазами иностранцев / авт.-сост. Зоя Ножникова. – М. : АСТ : Астрель, 2010. – 605, [3] с. : ил.
18. Ильина, Е. Н. Деятельность туристских агентств: туристский рынок и предпринимательство : учеб. пособие / Е. Н. Ильина. – М. : Советский спорт, 2004. – 64 с.
19. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности : учебник / Е. Н. Ильина. 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 240 с. : ил.
20. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта : учебник / Е. Н. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 176 с. : ил.
21. Калиновская, Н. А. Туризм и экономика региона : монография / Н. А. Калиновская, В. А. Чернов. – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2001. – 144 с. : ил.
22. Карманова Т. Е. , Статистика туризма = Tourism statistics : учебник / Т. Е. Карманова, А. Н. Малолетко, Кауров. – 2-е изд. – М. : КноРус, 2012. – 208 с.
23. Ключевский, В. О. Сказания иностранцев о Московском государстве. – М. : Прометей, 1991. – 334 с.
24. Книга хождений. Записки русских путешественников XI – XV вв. – М. : Сов. Россия, 1984. – 448 с. : ил. – (Сокровища древнерусской литературы).
25. Леннон, Дж. Д. Управление индустрией туризма. Лучший опыт деятельности национальных организаций и агентств по туризму / Дж.Дж. Леннон, Х. Смит, Н. Кокерелл, Дж. Трю ; [пер с англ. Ю.Г. Суровцев]. – М. : ООО «Группа ИДТ», 2008. – 272 с. : ил. – Доп. тит. л. англ.
26. Люттерйоганн, М. Эти поразительные японцы / Мартин Люттерйоганн. – М. : АСТ : Астрель, 2005. – 200, [8] с. : ил. – (Культурный шок).
27. Макатрова, Н. С. Как привлечь туристов и стать туристическим брендом в России / Надежда Макатрова. – М. : ООО «Консалтинговая

компания «Конкретика», 2011. – 400 с.

28. Мельников, С. Н. Иностранцы в России: 100 вопросов и ответов / С. Н. Мельников, А. А. Болсуновский. – М. : ГроссМедиа, 2004. – 208 с. – (Юридическо-правовой справочник).

29. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В. П. Орловская. – М. : Инфра-М, 2013. – 176 с.

30. Севастьянова, С. А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие / С. А. Севастьянова. – М. : КноРус, 2010. – 256 с.

31. Сенин, В. С. Туризм: мини-словарь. – М. : Финансы и статистика, 2013. – 64 с.

32. Сухов, Р. И. Организация работы туристического агентства : учеб. пособие / Р. И. Сухов. – М. : Ростов н/Д : МарТ, 2005. – 144 с. – (Серия «Туризм и сервис»).

33. Хабаровский край : путеводитель / рук. проекта В. Смирнов ; консульт. В. Чернов [и др.] ; сост. В. Лопатин, Р. Яншин ; дизайн А. Сысоев ; пер. на англ. Г. Мисюра. – Хабаровск : Приамурские ведомости, 2001. – 160 с. + 6 с. вкл. : ил.

34. Харрис, Годфри. Стимулирование международного туризма в XXI веке = Promoting international tourism to the year 2000 and beyond / Г. Харрис, К.М. Кац = Godfrey Harris, Kenneth M. Katz ; пер. с англ. Е.В. Мошняга – М. : Финансы и статистика, 2000 – 240 с.

35. Чен, Х. Эти поразительные китайцы / Ханне Чен. – М. : АСТ : Астрель, 2006. – 255, [1] с. : ил. – (Культурный шок).

36. Чернов, В. А. История становления гостиничного дела на Востоке Российской империи : монография / В. А. Чернов – Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2012. – 231 с. : ил.

9. ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ:

37. Всё о туризме : туристическая библиотека. – Режим доступа: <http://www.tourlib.ru>

38. Мир без границ : сайт про безвизовый туризм. – Режим доступа: <http://visit-russia.ru/>

39. РИА «Новости»/Туризм : Новости туристской отрасли, интервью, репортажи из разных стран и регионов мира, фото и видео. – Режим доступа: <http://ria.ru/tourism>

40. Тонкости туризма – энциклопедия путешественника : Материалы о странах и курортах мира, написанные специалистами турбизнеса; видеоролики, туристские карты. – Режим доступа: <http://tonkosti.ru>

41. Туризм Профи – Всё про туризм и туристский бизнес. – Режим доступа: <http://www.turizm-profi.ru/>

42. Федеральное агентство по туризму : официальный сайт. – Режим

доступа: <http://www.russiatourism.ru>

43. Форумы портала о туризме и путешествиях Travel.ru. – Режим доступа: <http://www.travel.ru>

44. Хабаровский край – территория открытий : туристский портал. – Режим доступа: <http://www.travel.khv.ru>

45. PRO Туризм – портал для любителей путешествий и профессионалов турбизнеса : Интернет-портал о туризме на Северо-Западе России. – Режим доступа: <http://proturizm.com>

46. Tourweek : статьи о туризме и путешествиях. – Режим доступа: <http://tourweek.ru/articles/>

47. RATA news : ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии. – Режим доступа: <http://ratanews.ru>

10. КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

1. **Инкаминг – это:**

- А. выездной туризм
- Б. въездной туризм
- В. въездной и внутренний
- Г. въездной или выездной

2. **Целью туристской поездки не является:**

- А. спорт
- В. лечение
- Г. обучение
- Д. временная работа
- Е. командировка (деловая поездка)
- Ж. посещение родственников

3. **Включены в туристскую статистику:**

- А. работники границы
- Б. транзитные пассажиры
- В. члены экипажей
- Г. представители консульств

4. **Лицо, совершившее 23-часовую поездку считается:**

- А. исключительно экскурсантом
- Б. исключительно туристом
- В. туристом или экскурсантом в зависимости от того, совершил ли он ночёвку или нет
- Г. туристом или экскурсантом в зависимости от того, в какое время суток началось и закончилось путешествие

5. **Лицо, совершившее поездку на расстояние более чем 100 км, считается:**

- А. туристом
- Б. экскурсантом
- В. от расстояния это не зависит

6. **Въездным туристом не считается:**

- А. Переводчик, прибывший с группой иностранных туристов
- Б. Руководитель группы иностранных туристов
- В. Пассажир круизного лайнера
- Г. Представитель иностранной турфирмы, приехавший для проведения переговоров и заключения договора

7. Соответствие рынков туризма видам туров

- | | |
|-------------------------|------------------|
| 1. массовые рынки | А. инклюзив-туры |
| 2. популярные рынки | Б. заказные туры |
| 3. индивидуальные рынки | В. пакетные туры |

8. Соответствие типов туризма типу туроперейтинга:

- | | |
|----------------|--------------|
| 1. Иностранный | А. аутгоуинг |
| 2. Зарубежный | Б. инсайдинг |
| 3. Внутренний | В. инкаминг |

9. Соответствие

- | | |
|--------|---|
| 1. FIT | А. иностранный независимый путешественник |
| 2. VIP | Б. особо важная персона |
| 3. INF | В. ребёнок до 2 лет |

10. “Childfree” – это:

- А. бедность временем
- Б. творческий отдых
- В. социальный туризм
- Г. отдых без детей

11. Туризм в пределах страны – это:

- А. въездной туризм
- Б. выездной в другой регион
- В. внутренний
- Г. внутренний и въездной

12. Выездной туризм – это выезд:

- А. за пределы своего места жительства
- Б. в другую страну
- В. в другой регион
- Г. за пределы обычной среды

13. Туризм по канонам ислама:

- А. религиозный
- Б. паломничество
- В. событийный
- Г. халяльный

РЫНОК ТУРИЗМА

14. Рейтинг стран по приёму иностранных туристов (расставьте по убыванию):

- А. США
- Б. Китай
- В. Россия
- Г. Франция

ТУРОПЕРЕЙТИНГ

15. **В функции туроператора не входит:**
А. Изучение потребностей потенциальных туристов на туры и тур-программы
Б. Взаимодействие с поставщиками услуг на договорной основе
В. Рекламно-информационная деятельность
Г. Покупка и продажа сформированных туров
16. **Туроператоры не бывают:**
А. выездными
Б. межрегиональными
В. по приёму
Г. местными
17. **Туроператор не может иметь следующую организационно-правовую форму:**
А. ООО
Б. ОАО
В. АО
Г. ИП
18. **Нон-флайтеры – это туроператоры, которые:**
А. Первыми приобретают по договору чартера воздушное судно
Б. Приобретают по договору чартера воздушное судно полностью
В. Бронируют часть салона воздушного судна
Г. Не фрахтуют воздушные суда
Д. Фрахтуют часть судна не напрямую у авиакомпании, а через туроператора-консолидатора.
19. **Въездной туроператор – это:**
а) инсайд-оператор;
б) инициативный туроператор;
в) meet-компания;
г) флайтер.
20. **Преимущества въездного туроперейтинга в сравнении с выездным заключаются в:**
а) меньших затратах на рекламную деятельность;
б) возможности контроля и оперативного влияния на конфликтные ситуации;
в) недорогой информированности о предпочтениях туристов.
21. **Въездной туризм от имиджа страны въезда:**
а) зависит в значительной степени;
б) зависит в незначительной степени;
в) не зависит.

22. **К видам программ не относятся:**
А. заказные
Б. каталожные
В. краткосрочные
Г. предварительные
23. **Дополнительная услуга – это услуга:**
а) не связанная с переездом и проживанием;
б) предоставленная въездным туроператором дополнительно в качестве подарка туристу;
в) заказанная и оплаченная туристом в месте отдыха.
24. **Инклюзив-тур – это тур:**
а) организованный для VIP- клиентов;
б) предоставленный отличившемуся сотруднику или партнеру в качестве поощрения;
в) с жестким, заранее спланированным набором услуг.
25. **К недостаткам инклюзив-тура относятся:**
а) чрезмерная насыщенность программы;
б) высокая стоимость тура;
в) слабая возможность показа привлекательности маршрута.
26. **При покупке заказного тура турист:**
а) имеет право выбрать себе вариант питания;
б) не имеет права выбора;
в) имеет только завтрак.
27. **К недостаткам заказного тура относятся:**
а) наличие в туре услуг, не интересующих клиента;
б) необходимость держать в гостиницах квоту неподтвержденных мест;
в) невозможность применения компьютерных технологий при формировании тура.
28. **Доходность на одного туриста при организации группового тура:**
а) выше, чем при организации индивидуального;
б) равна доходности индивидуального тура;
в) ниже, чем при организации индивидуального.
29. **Преимущества группового тура заключаются в:**
а) невысокой цене и доступности для массового туриста;
б) предоставлении большей независимости и самостоятельности;
в) простоте получения въездной визы.

30. Классы обслуживания подразделяются на следующие категории:

- а) «люкс», первый класс, туристский класс, экономический класс;
- б) VIP, первая категория, вторая категория, вне категории;
- в) «люкс», бизнес, эконом, туристский.

31. Проектирование тура регламентировано:

- а) Гражданским кодексом Российской Федерации;
- б) Федеральным законом «О защите прав потребителей»;
- в) Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
- г) ГОСТом.

32. Расставьте этапы создания турфирмы по порядку:

- Разработка учредительных документов
- Подбор и обучение персонала
- Определение миссии и целей
- Выбор названия

УПРАВЛЕНИЕ ТУРИЗМОМ

33. Всемирная туристская организация создана в:

- а) 1947 г.;
- б) 1975 г.;
- в) 27 сентября 1980 г.

34. Представитель России в руководящих органах ЮНВТО являлся:

- а) Генеральным секретарем;
- б) председателем Исполнительного Совета;
- г) руководителем Европейской туристской комиссии;
- д) Россия не избиралась в руководящие органы.

35. Самой известной специализированной организацией в сфере туризма в системе ООН является:

- а. IATA
- б. MICE
- в. UNWTO
- г. PATA

36. Руководство деятельностью Федерального агентства по туризму осуществляет:

- А. Министерство культуры РФ
- Б. Министерство туризма РФ
- В. Министерство спорта, туризма и молодёжной политики РФ
- Г. Министерство экономического развития РФ

37. **Органом управления туризмом в Хабаровском крае является:**
А. Министерство спорта, туризма и молодёжной политики
Б. Комитет по туризму
В. Департамент туризма
Г. Управление по туризму
38. **К основным странам-поставщикам туристов относится:**
а) Китай;
б) Германия;
в) Испания.
39. **Туристы какой страны больше тратят средств на поездки:**
а) Китай;
б) Япония;
в) Южная Корея.
40. **Турпакет должен состоять как минимум из:**
а) двух единичных туруслуг;
б) трёх туристских услуг;
в) двух основных и одной дополнительной;
г) транспортировки, проживания, питания и ещё одной туруслуги;
д) не имеет значения.
41. **Обязательные требования к туристской услуге предусматривают:**
а) соответствие назначению, точность и своевременность исполнения, комплексность, этичность обслуживающего персонала, комфортность, эстетичность, эргономичность;
б) безопасность жизни и здоровья, сохранность имущества туристов и охрана окружающей среды;
в) определение ключевых моментов в процессе обслуживания, существенно влияющих на характеристики услуги.
42. **Результатом проектирования туристской услуги является:**
а) требования по обеспечению безопасности услуги, минимизации рисков для потребителей услуги и их имущества, обслуживающего персонала и для окружающей среды;
б) технологическая документация (технологические карты, инструкции, правила, регламенты и пр.);
в) определение методов корректировки характеристик услуги.
43. **Цена (тариф) розничной продажи услуг размещения – это:**
а) опубликованный гостиничный тариф;
б) агентский тариф;
в) корпоративный тариф.