

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гуныко Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.04 Организация деятельности объектов сельского туризма

43.03.03 Гостиничное дело

Сервис гостинично-ресторанных, спортивных, развлекательных комплексов

бакалавр

очная

1. Цель дисциплины

Целями освоения дисциплины «Организация деятельности объектов сельского туризма» являются формирование у студентов представления о сельском туризме как об альтернативном секторе производства товаров и услуг, формирование навыков создания новых агротуристических продуктов, которые выходят за рамки традиционного представления о туристическом предложении, навыков вовлечения сельского населения в альтернативный сектор занятости, что способствует решению социальных и экономических проблем сельских территорий, которые сейчас актуальны для России в целом.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2 Способен осуществлять управление ресурсами департаментов (служб, отделов) организации индустрии гостеприимства	ПК-2.1 Осуществляет формирование и функционирование системы бизнес-процессов в деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	знает инновационные технологии при организации обслуживания потребителей объектов сельского туризма умеет использовать инновационные технологии при организации обслуживания потребителей объектов сельского туризма владеет навыками применять инновационные технологии при организации обслуживания потребителей объектов сельского туризма
ПК-2 Способен осуществлять управление ресурсами департаментов (служб, отделов) организации индустрии гостеприимства	ПК-2.2 Осуществляет текущее и перспективное планирование потребностей департаментов (служб, отделов) предприятий индустрии гостеприимства	знает организационно-управленческой структуры административно-хозяйственной службы гостиницы, её роль и значение в деятельности гостиничного предприятия умеет контролировать выполнение технологических процессов и должностных инструкций в гостиничной деятельности, соблюдать квалификационные требования, предъявляемые к должности руководителя АХС гостиницы и его должностные обязанности владеет навыками владения современными технологиями в работе гостиничного предприятия, в том числе в работе с потребителем, технологии работы поэтажного персонала

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация деятельности объектов сельского туризма» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений программы.

Изучение дисциплины осуществляется в бсеместре(-ах).

Для освоения дисциплины «Организация деятельности объектов сельского туризма» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин:

Организация и планирование деятельности предприятий сервиса

Спортивно-оздоровительный сервис

Техника и технологии сервисной деятельности

Учебная организационно-управленческая практика

Имиджелогия в социально-культурном сервисе

Освоение дисциплины «Организация деятельности объектов сельского туризма» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Технология организации деятельности предприятий питания

Качество гостинично-ресторанных услуг

Основы проектирования гостинично-ресторанных услуг

Особенности транспортного обслуживания

Туристские формальности

Организация обслуживания в сфере общественного питания

Преддипломная практика

Инновации в сервисе

Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме

Финансово-экономический анализ деятельности предприятий в социально-культурном сервисе и туризме

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

Общая трудоемкость дисциплины «Организация деятельности объектов сельского туризма» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
6	144/4	18	36		54	36	Эк
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	8				
практической подготовки		18	36		54		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
6	144/4	2					0.25

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

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций	Код индикаторов достижения компетенций
			всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
					Практические	Лабораторные				
1.	1 раздел. Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма									
1.1.	Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма	6	6	2	4		6	Собеседование	ПК-2.1, ПК-2.2	
1.2.	Практика, проблемы и перспективы развития сельского туризма	6	6	2	4		6	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	ПК-2.1, ПК-2.2	
1.3.	Роль менеджмента в организации сельского туризма	6	6	2	4		6	КТ 1	Тест	ПК-2.1, ПК-2.2
1.4.	Роль маркетинга в организации сельского туризма	6	6	2	4		6		Разноуровневые задачи и задания	ПК-2.1, ПК-2.2
1.5.	Информационные технологии в работе сельского гостевого дома	6	6	2	4		6		Разноуровневые задачи и задания	ПК-2.1, ПК-2.2
1.6.	Нормативно-правовая база в области организации сельских гостевых домов	6	6	2	4		6		Разноуровневые задачи и задания	ПК-2.1, ПК-2.2
1.7.	Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия	6	6	2	4		6		Разноуровневые задачи и задания	ПК-2.1, ПК-2.2
1.8.	Бизнес-планирование: основные понятия и роль	6	12	4	8		12	КТ 2	Тест	ПК-2.1, ПК-2.2
1.9.	Промежуточная аттестация	6							Собеседование, Разноуровневые задачи и задания	ПК-2.1, ПК-2.2
	Промежуточная аттестация		Эк							
	Итого		144	18	36		54			
	Итого		144	18	36		54			

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий)/ (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка
Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма	Сущность понятия «сельский туризм. Место сельского туризма в группировке видов туризма. Классификация видов сельского туризма.	2/2
Практика, проблемы и перспективы развития сельского туризма	Характеристика российских территорий развития сельского туризма. Особенности развития инфраструктуры сельского туризма за рубежом.	2/2
Роль менеджмента в организации сельского туризма	Менеджер в сельском туризме: риски и ответственность. Факторы, влияющие на развитие сельского туризма. Ресурсное обеспечение сельского туризма. Анимация в гостевом бизнесе.	2/-
Роль маркетинга в организации сельского туризма	Цели и задачи маркетинга в сельском туризме. Конкуренция среда в сфере сельского туризма. Поведение потребителей услуг сельских гостевых домов. Качество гостевых услуг и ценовая политика. Диверсификация услуг в туристской деятельности.	2/-
Информационные технологии в работе сельского гостевого дома	Интернет-технологии в работе гостевого дома. Создание презентации гостевого дома. Создание сайта гостевого дома.	2/-
Нормативно-правовая база в области организации сельских гостевых домов	Варианты создания сельского гостевого дома. Выбор организационно-правовой формы. Предпринимательство как вариант ведения сельского гостевого дома. Гражданско-правовое регулирование услуг сельского туризма. Федеральный закон «О защите прав потребителей».	2/-
Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия	Материальные ресурсы гостевого дома. Амортизация основных фондов гостевого дома, методы расчета, показатели эффективности использования основных и оборотных фондов. Основы формирования себестоимости услуг гостевых домов.	2/-
Бизнес-планирование: основные понятия и роль	Типовая структура бизнес-плана. Маркетинговый план. Производственный план. Организационный план. Финансовый план.	4/-
Итого		18

5.2.1. Семинарские (практические) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Наименование раздела дисциплины	Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий)/(практическая подготовка)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		вид	часы
Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма	Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма	Пр	4/-/4
Практика, проблемы и перспективы развития сельского туризма	Практика, проблемы и перспективы развития сельского туризма	Пр	4/-/4
Роль менеджмента в организации сельского туризма	Роль менеджмента в организации сельского туризма	Пр	4/2/4
Роль маркетинга в организации сельского туризма	Роль маркетинга в организации сельского туризма	Пр	4/-/4
Информационные технологии в работе сельского гостевого дома	Информационные технологии в работе сельского гостевого дома	Пр	4/-/4
Нормативно-правовая база в области организации сельских гостевых домов	Нормативно-правовая база в области организации сельских гостевых домов	Пр	4/-/4
Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия	Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия	Пр	4/4/4
Бизнес-планирование: основные понятия и роль	Бизнес-планирование: основные понятия и роль	Пр	8/2/8
Итого			

5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Темы и/или виды самостоятельной работы	Часы

Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма	6
Практика, проблемы и перспективы развития сельского туризма	6
Роль менеджмента в организации сельского туризма	6
Роль маркетинга в организации сельского туризма	6
Информационные технологии в работе сельского гостевого дома	6
Нормативно-правовая база в области организации сельских гостевых домов	6
Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия	6
Бизнес-планирование: основные понятия и роль	12

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Организация деятельности объектов сельского туризма» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Организация деятельности объектов сельского туризма».

2. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Организация деятельности объектов сельского туризма».

3. Методические рекомендации по выполнению письменных работ () (при наличии).

4. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы студентами заочной формы обучения (при наличии)

5. Методические указания по выполнению курсовой работы (проекта) (при наличии).

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	метод. лит. (из п.8 РПД)
1	Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма. Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2	Л3.1
2	Практика, проблемы и перспективы развития сельского туризма. Практика, проблемы и перспективы развития сельского туризма	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2	Л3.1
3	Роль менеджмента в организации сельского туризма. Роль менеджмента в организации сельского туризма	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2	Л3.1
4	Роль маркетинга в организации сельского туризма. Роль маркетинга в организации сельского туризма	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2	Л3.1
5	Информационные технологии в работе сельского гостевого дома. Информационные технологии в работе сельского гостевого дома	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2	Л3.1
6	Нормативно-правовая база в области организации сельских гостевых домов. Нормативно-правовая база в области организации сельских гостевых домов	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2	Л3.1
7	Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия. Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2	Л3.1
8	Бизнес-планирование: основные понятия и роль. Бизнес-планирование: основные понятия и роль	Л1.1, Л1.2, Л1.3	Л2.1, Л2.2	Л3.1

7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Организация деятельности объектов сельского туризма»

7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2		3		4	
		1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-2.1: Осуществляет формирование и функционирование системы бизнес-процессов в деятельности подразделений предприятий индустрии гостеприимства	Бухгалтерский учет в сфере гостиничной деятельности						x		
	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01							x	
	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02							x	
	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.03							x	
	Имиджология в социально-культурном сервисе				x				
	Качество гостинично-ресторанных услуг							x	
	Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме							x	
	Маркетинг и продвижение гостиничного продукта				x		x		
	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса						x		
	Организация и технология работы гостиничных служб							x	
	Организация обслуживания в сфере общественного питания								x
	Организация работы АХС в гостинице							x	
	Основы гостиничного бизнеса						x	x	
	Основы проектирования гостинично-ресторанных услуг								x
	Особенности транспортного обслуживания								x
	Проектная работа				x		x		x
	Спортивно-оздоровительный сервис				x				
	Техника и технологии сервисной деятельности				x				
	Технология организации деятельности предприятий питания								x
	Туристские формальности								x
Учебная организационно-управленческая практика				x					

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	1		2		3		4		
		1	2	3	4	5	6	7	8	
	Финансово-экономический анализ деятельности предприятий в социально-культурном сервисе и туризме								x	
ПК-2.2: Осуществляет текущее и перспективное планирование потребностей департаментов (служб, отделов) предприятий индустрии гостеприимства	Бухгалтерский учет в сфере гостиничной деятельности							x		
	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01								x	
	Инновации в сервисе								x	
	Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности в социально-культурном сервисе и туризме								x	
	Организация и планирование деятельности предприятий сервиса						x			
	Основы проектирования гостинично-ресторанных услуг								x	
	Преддипломная практика									x
	Проектная работа				x	x			x	
	Финансово-экономический анализ деятельности предприятий в социально-культурном сервисе и туризме								x	

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «Организация деятельности объектов сельского туризма» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Организация деятельности объектов сельского туризма» проводится в виде Экзамен, Курсовая работа.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». (или «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» для дифференцированного зачета/экзамена)

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов очной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций		Максимальное количество баллов
6 семестр			
КТ 1	Тест		15
КТ 2	Тест		15
Сумма баллов по итогам текущего контроля			30
Посещение лекционных занятий			20
Посещение практических/лабораторных занятий			20
Результативность работы на практических/лабораторных занятиях			30
Итого			100
№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижений компетенций	Максимальное количество баллов	Критерии оценки знаний студентов
6 семестр			
КТ 1	Тест	15	30 тестовых заданий - по 0,5 балла за правильный ответ - максим - 15 баллов 29 правильных ответов - 14 баллов 28-27 правильных ответов - 13 баллов 26-22 правильных ответов - 11 баллов
КТ 2	Тест	15	30 тестовых заданий - по 0,5 балла за правильный ответ - максим - 15 баллов 29 правильных ответов - 14 баллов 28-27 правильных ответов - 13 баллов 26-22 правильных ответов - 11 баллов

Критерии и шкалы оценивания результатов обучения на промежуточной аттестации

При проведении итоговой аттестации «зачет» («дифференцированный зачет», «экзамен») преподавателю с согласия студента разрешается выставлять оценки («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «зачет») по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет (дифференцированный зачет, экзамен) по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость (зачет, дифференцированный зачет, экзамен) не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

При сдаче (зачета, дифференцированного зачета, экзамена) к заработанным в течение семестра студентом баллам прибавляются баллы, полученные на (зачете, дифференцированном зачете, экзамене) и сумма баллов переводится в оценку.

Критерии и шкалы оценивания ответа на экзамене

Сдача экзамена может добавить к текущей балльно-рейтинговой оценке студентов не более 20 баллов:

Содержание билета	Количество баллов
Теоретический вопрос №1	до 7
Теоретический вопрос №2	до 7
Задача (оценка умений и	до 6
Итого	20

Критерии оценки ответа на экзамене

Теоретические вопросы (вопрос 1, вопрос 2)

7 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по экзаменационному заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном экзаменационном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

5 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы экзаменационного задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Оценивание задачи

6 баллов Задачи решены в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

5 баллов Задачи решены с небольшими недочетами.

4 балла Задачи решены с небольшими недочетами.

3 балла Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

2 балла Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

1 баллов Задачи решены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

0 баллов Задачи не решены или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

Перевод рейтинговых баллов в пятибалльную систему оценки знаний обучающихся:
для экзамена:

- «отлично» – от 89 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному;

- «хорошо» – от 77 до 88 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками;

- «удовлетворительно» – от 65 до 76 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки;

- «неудовлетворительно» – от 0 до 64 баллов - теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Организация деятельности объектов сельского туризма»

Типовые контрольные работы для студентов очной формы обучения

Контрольная работа № 1.

Теоретический вопрос (оценка знаний):

Концепция агротуризма в России и за рубежом (5 баллов).

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Как сельский туризм соотносится с такими понятиями, как «агротуризм», «экотуризм», «зеленый туризм», «деревенский туризм», «природный туризм»? (4 балла).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Формирование туристского кластера в России (6 баллов).

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Агротуристская фирма «Сельский тур» в своей деятельности делает акцент на проблемах сбыта своих услуг. Она пытается достичь максимального объема продаж с помощью рекламы и мер по стимулированию сбыта. Агротуристская фирма «Агротур» в своей деятельности делает акцент на всестороннее, тщательное и систематическое исследование рынка, выявление вкусов, запросов и предпочтений потребителей с тем, чтобы предложить услуги, соответствующие требованиям рынка. При этом фирма не только приспосабливается к этим требованиям, но и сама

формирует запросы потребителей путем проведения гибкой коммуникационной стратегии.

С какой целью большинство туристических предприятий используют рекламу? (выберите варианты правильных ответов, не менее 3-х)

- а) для привлечения внимания;
- б) для увеличения объемов продаж;
- в) для поддержания репутации;
- г) для передачи информации потребителям;
- д) для создания имиджа (5 баллов).

Контрольная работа № 2.

Теоретический вопрос (оценка знаний):

Сельский туризм в Польше. Польская модель организации сельского туризма (5 баллов).

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Модели организации сельского туризма (4 балла).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Сельский туризм во Франции. Проблемы сельского туризма России и их решение (опираясь на опыт французов) (6 баллов).

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Написать пошаговую схему организации и начала деятельности в области сельского туризма (5 баллов)

Контрольная работа № 3.

Теоретический вопрос (оценка знаний):

Сущность и понятие сельского туризма (5 баллов).

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Место сельского туризма в группировке видов туризма (4 балла).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Совершенствование организации обслуживания туристов (на конкретном примере). (6 баллов).

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Обоснуйте актуальность деятельности по разработке положительного имиджа Вашего региона в области сельского туризма? (5 баллов)

Типовая контрольная работа для студентов заочной формы обучения

Теоретические вопросы (оценка знаний) (20 баллов):

Сущность и понятие сельского туризма.

Место сельского туризма в группировке видов туризма

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Обоснуйте актуальность деятельности по разработке положительного имиджа Вашего региона в области сельского туризма? (8 баллов).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Написать пошаговую схему организации и начала деятельности в области сельского туризма (12 баллов)

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Агротуристская фирма «Сельский тур» в своей деятельности делает акцент на проблемах сбыта своих услуг. Она пытается достичь максимального объема продаж с помощью рекламы и мер по стимулированию сбыта. Агротуристская фирма «Агротур» в своей деятельности делает акцент на всестороннее, тщательное и систематическое исследование рынка, выявление вкусов, запросов и предпочтений потребителей с тем, чтобы предложить услуги, соответствующие требованиям рынка. При этом фирма не только приспосабливается к этим требованиям, но и сама формирует запросы потребителей путем проведения гибкой коммуникационной стратегии.

С какой целью большинство туристических предприятий используют рекламу? (выберите варианты правильных ответов, не менее 3-х)

- а) для привлечения внимания;
- б) для увеличения объемов продаж;
- в) для поддержания репутации;
- г) для передачи информации потребителям;
- д) для создания имиджа (20 баллов).

Вопросы и задания к зачету с оценкой
Теоретические вопросы:

1. Сущность и понятие сельского туризма.
2. Место сельского туризма в группировке видов туризма.
3. Классификация видов сельского туризма.
4. Классификация подвидов сельского туризма.
5. Модели развития сельского туризма.
6. Типы сельского туризма за рубежом.
7. Модели размещения в сельском туризме.
8. Европейский рынок сельского туризма.
9. Сельский туризм во Франции.
10. Сельский туризм в Австрии.
11. Сельский туризм в Швейцарии.
12. Сельский туризм в Германии.
13. Сельский туризм в Италии.
14. Сельский туризм в Бельгии.
15. Сельский туризм в Польше.
16. Сельский туризм в Болгарии.
17. Сельский туризм в Румынии.
18. Организация «EUROGITES» (Европейская федерация сельского зеленого туризма).
19. Органы ЕС, участвующие в развитии сельского туризма.
20. Характеристика Российского рынка сельского туризма.
21. Лидеры российского сельского туризма.
22. Характеристика российских территорий развития сельского туризма.
23. Сельский туризм в Алтайском крае.
24. Сельский туризм в Ленинградской области.
25. Сельский туризм в Калужской области.
26. Сельский туризм в Краснодарском крае.
27. Сельский туризм во Владимирской, Вологодской областях.
28. Сельский туризм в Ивановской области.
29. Сельский туризм в Новгородской, Архангельской, Псковской областях.
30. Сельский туризм в Самарской, Тверской, Тульской областях.
31. Сельский туризм в Ярославской, Пензенской областях.
32. Сельский туризм в республике Карелия и Чувашия.
33. Сельский туризм в Белгородской, Вологодской, Воронежской областях.
34. Сельский туризм в Иркутской, Калининградской, Калужской областях.
35. Сельский туризм в Оренбургской, Псковской, Рязанской, Тамбовской областях.
36. Сельский туризм в Тульской, Нижегородской, Ярославской областях.
37. Сельский туризм в Ханты-Мансийском автономном округе.

38. Интеграция сельскохозяйственных предприятий Ставропольского края в индустрию туризма.
39. Развитие сельского туризма в Ставропольском крае в разрезе муниципальных районов.
40. Состав индустрии сельского туризма СК в части объектов показа и размещения.
41. Маркетинговое исследование состояния и развития сельского туризма СК.
42. Менеджер в сельском туризме: риски и ответственность.
43. Факторы, влияющие на развитие сельского туризма.
44. Ресурсное обеспечение сельского туризма.
45. Анимация в гостевом бизнесе.
46. Цели и задачи маркетинга в сельском туризме.
47. Конкурентная среда в сфере сельского туризма.
48. Поведение потребителей услуг сельских гостевых домов.
49. Качество гостевых услуг и ценовая политика.
50. Диверсификация услуг в туристской деятельности.
51. Информационные технологии в работе сельского гостевого дома.
52. Интернет-технологии в работе гостевого дома.
53. Создание презентации гостевого дома.
54. Создание сайта гостевого дома.
55. Варианты создания сельского гостевого дома.
56. Выбор организационно-правовой формы.
57. Предпринимательство как вариант ведения сельского гостевого дома.
58. Гражданско-правовое регулирование услуг сельского туризма.
59. Федеральный закон «О защите прав потребителей».
60. Материальные ресурсы гостевого дома.
61. Амортизация основных фондов гостевого дома, методы расчета, показатели эффективности использования основных и оборотных фондов.
62. Основы формирования себестоимости услуг гостевых домов.
63. Бизнес-планирование: основные понятия и роль.
64. Типовая структура бизнес-плана.
65. Маркетинговый план.
66. Производственный план.
67. Организационный план.
68. Финансовый план.

Практико-ориентированные задания:

1. Агротуристская фирма «Сельский тур» в своей деятельности делает акцент на проблемах сбыта своих услуг. Она пытается достичь максимального объема продаж с помощью рекламы и мер по стимулированию сбыта. Агротуристская фирма «Агротур» в своей деятельности делает акцент на всестороннее, тщательное и систематическое исследование рынка, выявление вкусов, запросов и предпочтений потребителей с тем, чтобы предложить услуги, соответствующие требованиям рынка. При этом фирма не только приспосабливается к этим требованиям, но и сама формирует запросы потребителей путем проведения гибкой коммуникационной стратегии.

С какой целью большинство туристических предприятий используют рекламу? (выберите варианты правильных ответов, не менее 3-х)

- а) для привлечения внимания;
- б) для увеличения объемов продаж;
- в) для поддержания репутации;
- г) для передачи информации потребителям;
- д) для создания имиджа фирмы

2. Написать пошаговую схему организации и начала деятельности в области сельского туризма

Примерная тематика курсовых проектов:

1. Сельский туризм и перспективы его развития в (на примере края, района)
2. Диверсификация услуг гостевого дома.
3. Дизайн приусадебной территории гостевого дома.
4. Интерьер сельского гостевого дома: традиции, направления развития.
5. Информационные технологии в работе сельского гостевого дома.
6. История развития сельского туризма на территории Ставропольского края (района).
7. Критерии оценки сертификации сельских гостевых домов Ставропольского края.
8. Маркетинговая политика сельского гостевого дома.
9. Организационно-правовая форма и налогообложение сельского гостевого дома.
10. Организация гостевого дома на базе крестьянского (фермерского) хозяйства.
11. Организация гостевого дома на базе личного подсобного хозяйства.
12. Организация гостевого дома на базе сельскохозяйственного потребительского кооператива.
13. Организация питания в сельском гостевом доме.
14. Организация сети гостевых домов на территории района.
15. Организация туристской деревни.
16. Потенциал Ставропольского края для развития сельского туризма.
17. Предпринимательская деятельность в сфере сельского туризма.
18. Продвижение семейного бизнеса на рынок туристических услуг путем создания сайта гостевого дома.
19. Психология работы с клиентом гостевого дома.
20. Развитие народных промыслов и ремесел при сельском гостевом доме.
21. Ресурсы сельского гостевого дома.
22. Роль сельского подворья в оздоровлении туристов.
23. Сельский гостевой дом, как способ начать свой бизнес.
24. Сертификация сельских гостевых домов.
25. Создание сайта сельского гостевого дома.
26. Услуги сельского гостевого дома.
27. Экономика гостевого дома в начальный период развития.

Контрольная работа № 1.

Теоретический вопрос (оценка знаний):

Концепция агротуризма в России и за рубежом (5 баллов).

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Как сельский туризм соотносится с такими понятиями, как «агротуризм», «экотуризм», «зеленый туризм», «деревенский туризм», «природный туризм»? (4 балла).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Формирование туристского кластера в России (6 баллов).

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Агротуристская фирма «Сельский тур» в своей деятельности делает акцент на проблемах сбыта своих услуг. Она пытается достичь максимального объема продаж с помощью рекламы и мер по стимулированию сбыта. Агротуристская фирма «Агротур» в своей деятельности делает акцент на всестороннее, тщательное и систематическое исследование рынка, выявление вкусов, запросов и предпочтений потребителей с тем, чтобы предложить услуги, соответствующие требованиям рынка. При этом фирма не только приспосабливается к этим требованиям, но и сама формирует запросы потребителей путем проведения гибкой коммуникационной стратегии.

С какой целью большинство туристических предприятий используют рекламу? (выберите варианты правильных ответов, не менее 3-х)

- а) для привлечения внимания;
- б) для увеличения объемов продаж;
- в) для поддержания репутации;
- г) для передачи информации потребителям;
- д) для создания имиджа (5 баллов).

Контрольная работа № 2.

Теоретический вопрос (оценка знаний):

Сельский туризм в Польше. Польская модель организации сельского туризма (5 баллов).

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Модели организации сельского туризма (4 балла).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Сельский туризм во Франции. Проблемы сельского туризма России и их решение (опираясь на опыт французов) (6 баллов).

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Написать пошаговую схему организации и начала деятельности в области сельского туризма

(5 баллов)

Контрольная работа № 3.

Теоретический вопрос (оценка знаний):

Сущность и понятие сельского туризма (5 баллов).

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Место сельского туризма в группировке видов туризма (4 балла).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Совершенствование организации обслуживания туристов (на конкретном примере). (6 баллов).

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Обоснуйте актуальность деятельности по разработке положительного имиджа Вашего региона в

области сельского туризма? (5 баллов)

Типовая контрольная работа для студентов заочной формы обучения

Теоретические вопросы (оценка знаний) (20 баллов):

Сущность и понятие сельского туризма.

Место сельского туризма в группировке видов туризма

Практико-ориентированные задания:

Типовое задание репродуктивного уровня (оценка умений):

Обоснуйте актуальность деятельности по разработке положительного имиджа Вашего региона в области сельского туризма? (8 баллов).

Типовое задание реконструктивного уровня (оценка умений, навыков):

Написать пошаговую схему организации и начала деятельности в области сельского туризма (12 баллов)

Типовое задание творческого уровня (оценка навыков):

Агротуристская фирма «Сельский тур» в своей деятельности делает акцент на проблемах сбыта своих услуг. Она пытается достичь максимального объема продаж с помощью рекламы и мер по стимулированию сбыта. Агротуристская фирма «Агротур» в своей деятельности делает акцент на всестороннее, тщательное и систематическое исследование рынка, выявление вкусов, запросов и предпочтений потребителей с тем, чтобы предложить услуги, соответствующие требованиям рынка. При этом фирма не только приспосабливается к этим требованиям, но и сама формирует запросы потребителей путем проведения гибкой коммуникационной стратегии.

С какой целью большинство туристических предприятий используют рекламу? (выберите

варианты правильных ответов, не менее 3-х)

- а) для привлечения внимания;
- б) для увеличения объемов продаж;
- в) для поддержания репутации;
- г) для передачи информации потребителям;
- д) для создания имиджа (20 баллов).

Вопросы и задания к зачету с оценкой

Теоретические вопросы:

1. Сущность и понятие сельского туризма.
2. Место сельского туризма в группировке видов туризма.
3. Классификация видов сельского туризма.
4. Классификация подвидов сельского туризма.
5. Модели развития сельского туризма.
6. Типы сельского туризма за рубежом.
7. Модели размещения в сельском туризме.
8. Европейский рынок сельского туризма.
9. Сельский туризм во Франции.
10. Сельский туризм в Австрии.
11. Сельский туризм в Швейцарии.
12. Сельский туризм в Германии.
13. Сельский туризм в Италии.
14. Сельский туризм в Бельгии.
15. Сельский туризм в Польше.
16. Сельский туризм в Болгарии.
17. Сельский туризм в Румынии.
18. Организация «EUROGITES» (Европейская федерация сельского зеленого туризма).
19. Органы ЕС, участвующие в развитии сельского туризма.
20. Характеристика Российского рынка сельского туризма.
21. Лидеры российского сельского туризма.
22. Характеристика российских территорий развития сельского туризма.
23. Сельский туризм в Алтайском крае.
24. Сельский туризм в Ленинградской области.
25. Сельский туризм в Калужской области.
26. Сельский туризм в Краснодарском крае.
27. Сельский туризм во Владимирской, Вологодской областях.
28. Сельский туризм в Ивановской области.
29. Сельский туризм в Новгородской, Архангельской, Псковской областях.
30. Сельский туризм в Самарской, Тверской, Тульской областях.
31. Сельский туризм в Ярославской, Пензенской областях.
32. Сельский туризм в республике Карелия и Чувашия.
33. Сельский туризм в Белгородской, Вологодской, Воронежской областях.
34. Сельский туризм в Иркутской, Калининградской, Калужской областях.
35. Сельский туризм в Оренбургской, Псковской, Рязанской, Тамбовской областях.
36. Сельский туризм в Тульской, Нижегородской, Ярославской областях.
37. Сельский туризм в Ханты-Мансийском автономном округе.
38. Интеграция сельскохозяйственных предприятий Ставропольского края в индустрию туризма.
39. Развитие сельского туризма в Ставропольском крае в разрезе муниципальных районов.
40. Состав индустрии сельского туризма СК в части объектов показа и размещения.
41. Маркетинговое исследование состояния и развития сельского туризма СК.
42. Менеджер в сельском туризме: риски и ответственность.
43. Факторы, влияющие на развитие сельского туризма.

44. Ресурсное обеспечение сельского туризма.
45. Анимация в гостевом бизнесе.
46. Цели и задачи маркетинга в сельском туризме.
47. Конкурентная среда в сфере сельского туризма.
48. Поведение потребителей услуг сельских гостевых домов.
49. Качество гостевых услуг и ценовая политика.
50. Диверсификация услуг в туристской деятельности.
51. Информационные технологии в работе сельского гостевого дома.
52. Интернет-технологии в работе гостевого дома.
53. Создание презентации гостевого дома.
54. Создание сайта гостевого дома.
55. Варианты создания сельского гостевого дома.
56. Выбор организационно-правовой формы.
57. Предпринимательство как вариант ведения сельского гостевого дома.
58. Гражданско-правовое регулирование услуг сельского туризма.
59. Федеральный закон «О защите прав потребителей».
60. Материальные ресурсы гостевого дома.
61. Амортизация основных фондов гостевого дома, методы расчета, показатели эффективности использования основных и оборотных фондов.
62. Основы формирования себестоимости услуг гостевых домов.
63. Бизнес-планирование: основные понятия и роль.
64. Типовая структура бизнес-плана.
65. Маркетинговый план.
66. Производственный план.
67. Организационный план.
68. Финансовый план.

Практико-ориентированные задания:

1. Агротуристская фирма «Сельский тур» в своей деятельности делает акцент на проблемах сбыта своих услуг. Она пытается достичь максимального объема продаж с помощью рекламы и мер по стимулированию сбыта. Агротуристская фирма «Агротур» в своей деятельности делает акцент на всестороннее, тщательное и систематическое исследование рынка, выявление вкусов, запросов и предпочтений потребителей с тем, чтобы предложить услуги, соответствующие требованиям рынка. При этом фирма не только приспосабливается к этим требованиям, но и сама формирует запросы потребителей путем проведения гибкой коммуникационной стратегии.

С какой целью большинство туристических предприятий используют рекламу? (выберите варианты правильных ответов, не менее 3-х)

- а) для привлечения внимания;
- б) для увеличения объемов продаж;
- в) для поддержания репутации;
- г) для передачи информации потребителям;
- д) для создания имиджа фирмы

2. Написать пошаговую схему организации и начала деятельности в области сельского туризма

Вопросы для собеседования

Тема: Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма.

1. Сущность понятия «сельский туризм».
2. Место сельского туризма в группировке видов туризма.
3. Классификация видов сельского туризма.

Тема: Роль маркетинга в организации сельского туризма.

1. Цели и задачи маркетинга в сельском туризме.
2. Конкурентная среда в сфере сельского туризма.
3. Поведение потребителей услуг сельских гостевых домов.
4. Качество гостевых услуг и ценовая политика.
5. Диверсификация услуг в туристской деятельности.

Тема: Информационные технологии в работе сельского гостевого дома.

1. Интернет-технологии в работе гостевого дома.
2. Создание презентации гостевого дома.
3. Создание сайта гостевого дома.

Тема: Нормативно-правовая база в области организации сельских гостевых домов.

1. Варианты создания сельского гостевого дома.
2. Выбор организационно-правовой формы.
3. Предпринимательство как вариант ведения сельского гостевого дома.
4. Гражданско-правовое регулирование услуг сельского туризма.
5. Федеральный закон «О защите прав потребителей».

Тема: Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия.

1. Материальные ресурсы гостевого дома.
2. Амортизация основных фондов гостевого дома, методы расчета, показатели эффективности использования основных и оборотных фондов.
3. Основы формирования себестоимости услуг гостевых домов.

Типовая практико-ориентированная задача

Тема: Роль менеджмента в организации сельского туризма.

Задача: Главная задача руководителя заключается в принятии решений. И, желательно, эффективных. Как этого добиться? Какие функции выполняет управленец, он же хозяин гостевого дома? Основные управленческие компетенции можно кратко изложить так: анализ, планирование, организация, руководство и контроль.

Типовая деловая игра

Тема: Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия.

Концепция игры: Техника продаж — это одно из главных направлений развития бизнеса. Умение правильно преподнести и представить товар (услугу) покупателю требует владения искусством проведения деловых переговоров, сделок. Основные группы участвующих — участники, слушатели, экспертная группа. Ведущий игры выбирает 2-3 участников для проведения продаж. Если выбрано 2 участника, то схема продажи выглядит следующим образом: «производитель—покупатель»; 3 участника продаж: «производитель—посредник—покупатель». Основные задачи, которые необходимо выполнить участникам:

- знакомство с личностью;
- установление контакта с личностью (предприниматель, менеджер, бизнесмен) вне зависимости от опыта работы, квалификации;
- общение на тему общих интересов;
- предложение некоторых вариантов сотрудничества;
- приемы стимулирования заинтересованности вашего собеседника в покупке товара, услуги;
- установление договорных отношений.

На проведение переговоров отводится 15-20 минут, чтобы установить контакт с собеседником и привлечь его к взаимовыгодным отношениям. Более продолжительная беседа может привести к тому, что техника продаж не даст положительного результата, так как любой собеседник (клиент) заинтересован быстро, своевременно (так считают в теории и практике управления) осуществить покупку товаров, услуг или осуществить иной выбор.

Роли:

если выбрано 2 участника, то схема продажи выглядит следующим образом: «производитель—покупатель»;

3 участника продаж: «производитель—посредник—покупатель».

Ожидаемый результат: студент научится правильно преподносить и предоставлять товар (услугу) покупателю, соблюдая искусство проведения деловых переговоров и сделок.

Типовое тестовое задание

Тема Роль маркетинга в организации сельского туризма.

1. Самостоятельный вид профессиональной деятельности специалиста по сервису и туризму, отличающийся уникальной программой и более высокой стоимостью, это:

- а) групповое обслуживание;
- б) индивидуальное обслуживание;
- в) плановое обслуживание.

2. Организация, выполняющая работы или оказывающая услуги клиентам на основе возмездного договора, называется:

- а) изготовителем;
- б) продавцом;
- в) исполнителем

3. По функциональному значению услуги индустрии туризма относятся к :

- а) материальным;
- б) социально-культурным

4. Специальная отрасль психологии, изучающая роль психологических явлений в обслуживающей и потребительской деятельности называется:

- а) социальной психологией;
- б) психологией труда;
- в) психологией сервиса

5. Профессиональные требования к специалисту по сервису и туризму, как к основному работнику сферы обслуживания, относятся к уровню:

- а) младшего персонала;
- б) квалифицированного персонала;
- в) управленческого персонала

6. Исторический тип предприятий туристской индустрии, где помимо услуг размещения, устраивали театральные представления, это:

- а) инны;
- б) ямы;
- в) постоялые дворы

7. Предприятие питания на Руси с широким ассортиментом блюд, располагавшееся у дороги, это:

- а) корчма;
- б) харчевня;
- в) трактир

8. Технической основой дизайна СКС и Т является:

- а) техническая эстетика;
- б) инженерная психология;
- в) эргономика

9. Визуальный имидж предприятия сервиса создает:

- а) фирменное оформление;

- б) ландшафтный дизайн;
- в) графический дизайн

10. Предприятия беспошлинной торговли товарами туристского ассортимента называются:

- а) Tax Free;
- б) Duty Free

11. Национальные парки, заповедники и курорты и т.п., как условия для организации услуг развлечения, относятся к:

- а) естественным природным ресурсам;
- б) культурно-историческим ресурсам;
- в) рекреационным ресурсам

12. Совокупность норм и правил поведения работника сферы услуг, обусловленных его профессиональным положением, это:

- а) служебный этикет;
- б) этическая культура сервиса;
- в) эстетическая культура сервиса

13. Требования обслуживания разрабатываются для устранения:

- а) неосязаемости услуг;
- б) несохраняемости услуг;
- в) изменчивости качества услуг

14. Документ, подтверждающий соответствие реализуемых потребителю услуг требованиям законодательных и нормативных актов это:

- а) стандарт;
- б) сертификат;
- в) лицензия

15. Общий контроль качества и безопасности товаров, работ и услуг осуществляет:

- а) Федеральный орган по техническому регулированию;
- б) Федеральный антимонопольный орган;
- в) Федеральный орган санитарно-эпидемиологического надзора

16. Набор цветовых, графических, словесных, типографических и других констант, обеспечивающих смысловое единство всей исходящей от фирмы информации, это:

- а) фирменный стиль;
- б) имидж фирмы;
- в) дизайн фирмы

17. Распространенный метод отбора персонала, который позволяет предсказать, насколько эффективно кандидат на занимаемую должность сможет выполнять конкретную работу, это:

- а) собеседование;
- б) испытания;
- в) тесты

18. Совокупность мероприятий, с помощью которых услуги доводятся до потребителя, называется:

- а) маркетинг услуг;
- б) менеджмент услуг;

19. Место предоставления услуг, где работник туристской индустрии взаимодействует с потребителем, называется:

- а) предприятие сферы услуг;
- б) сервисная организация;

в) контактная зона

20. Сущность сервиса состоит:

- а) в удовлетворении потребностей потребителя;
- б) в организации обслуживания.

21. Старение населения, более ранний выход на пенсию, возрастающее число одиноких взрослых, увеличение числа работающих женщин, тенденция к более поздним бракам и др. особенности обслуживания относятся:

- а) к национальным;
- б) к этническим;
- в) к демографическим.

22. Большой ассортимент туристских товаров, которые являются дефицитными или более дорогими в местах постоянного проживания клиентов (потребителей) и служат основой шоппинг-туризма это:

- а) специфическая часть турпродукта;
- б) неспецифическая часть турпродукта

23. Сфера сервиса, характеризующаяся предприимчивостью, быстрой приспособляемостью к требованиям рынка, открытостью инновациям, высокой мобильностью и готовностью идти на риск, это:

- а) малое предпринимательство;
- б) среднее предпринимательство;
- в) крупное предпринимательство.

24. Одна из главных задач индустрии туризма, реализуемая в стратегии руководства сферой услуг, это:

- а) управление обслуживающим персоналом;
- б) повышение культуры сервиса (обслуживания);
- в) преодоление боязни риска у клиента

25. К категории работ, как разновидности туристских услуг, относятся:

- а) перевозка, размещение, питание;
- б) бронирование, резервирование, аттракции;
- в) страхование, прокат, ремонт, охрана

Ключи:

№	Ответ	№	Ответ
1	б	13	в
2	в	14	б
3	б	15	а
4	в	16	а
5	б	17	б
6	а	18	а
7	в	19	в
8	а	20	а
9	в	21	в
10	б	22	б
11	в	23	а
12	а	24	б

Примерная тематика курсовых проектов:

1. Сельский туризм и перспективы его развития в (на примере края, района)
2. Диверсификация услуг гостевого дома.
3. Дизайн приусадебной территории гостевого дома.

4. Интерьер сельского гостевого дома: традиции, направления развития.
5. Информационные технологии в работе сельского гостевого дома.
6. История развития сельского туризма на территории Ставропольского края (района).
7. Критерии оценки сертификации сельских гостевых домов Ставропольского края.
8. Маркетинговая политика сельского гостевого дома.
9. Организационно-правовая форма и налогообложение сельского гостевого дома.
10. Организация гостевого дома на базе крестьянского (фермерского) хозяйства.
11. Организация гостевого дома на базе личного подсобного хозяйства.
12. Организация гостевого дома на базе сельскохозяйственного потребительского кооператива.
13. Организация питания в сельском гостевом доме.
14. Организация сети гостевых домов на территории района.
15. Организация туристской деревни.
16. Потенциал Ставропольского края для развития сельского туризма.
17. Предпринимательская деятельность в сфере сельского туризма.
18. Продвижение семейного бизнеса на рынок туристических услуг путем создания сайта гостевого дома.
19. Психология работы с клиентом гостевого дома.
20. Развитие народных промыслов и ремесел при сельском гостевом доме.
21. Ресурсы сельского гостевого дома.
22. Роль сельского подворья в оздоровлении туристов.
23. Сельский гостевой дом, как способ начать свой бизнес.
24. Сертификация сельских гостевых домов.
25. Создание сайта сельского гостевого дома.
26. Услуги сельского гостевого дома.
27. Экономика гостевого дома в начальный период развития.

Вопросы для собеседования

Тема: Теоретические аспекты специфики организации сельского туризма.

1. Сущность понятия «сельский туризм».
2. Место сельского туризма в группировке видов туризма.
3. Классификация видов сельского туризма.

Тема: Роль маркетинга в организации сельского туризма.

1. Цели и задачи маркетинга в сельском туризме.
2. Конкурентная среда в сфере сельского туризма.
3. Поведение потребителей услуг сельских гостевых домов.
4. Качество гостевых услуг и ценовая политика.
5. Диверсификация услуг в туристской деятельности.

Тема: Информационные технологии в работе сельского гостевого дома.

1. Интернет-технологии в работе гостевого дома.
2. Создание презентации гостевого дома.
3. Создание сайта гостевого дома.

Тема: Нормативно-правовая база в области организации сельских гостевых домов.

1. Варианты создания сельского гостевого дома.
2. Выбор организационно-правовой формы.
3. Предпринимательство как вариант ведения сельского гостевого дома.
4. Гражданско-правовое регулирование услуг сельского туризма.
5. Федеральный закон «О защите прав потребителей».

Тема: Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия.

1. Материальные ресурсы гостевого дома.
2. Амортизация основных фондов гостевого дома, методы расчета, показатели

эффективности использования основных и оборотных фондов.

3. Основы формирования себестоимости услуг гостевых домов.

Типовая практико-ориентированная задача

Тема: Роль менеджмента в организации сельского туризма.

Задача: Главная задача руководителя заключается в принятии решений. И, желательно, эффективных. Как этого добиться? Какие функции выполняет управленец, он же хозяин гостевого дома? Основные управленческие компетенции можно кратко изложить так: анализ, планирование, организация, руководство и контроль.

Типовая деловая игра

Тема: Экономическая природа гостевого дома как малого предприятия.

Концепция игры: Техника продаж — это одно из главных направлений развития бизнеса. Умение правильно преподнести и представить товар (услугу) покупателю требует владения искусством проведения деловых переговоров, сделок. Основные группы участвующих — участники, слушатели, экспертная группа. Ведущий игры выбирает 2-3 участников для проведения продаж. Если выбрано 2 участника, то схема продажи выглядит следующим образом: «производитель—покупатель»; 3 участника продаж: «производитель—посредник—покупатель». Основные задачи, которые необходимо выполнить участникам:

- знакомство с личностью;
- установление контакта с личностью (предприниматель, менеджер, бизнесмен) вне зависимости от опыта работы, квалификации;
- общение на тему общих интересов;
- предложение некоторых вариантов сотрудничества;
- приемы стимулирования заинтересованности вашего собеседника в покупке товара, услуги;
- установление договорных отношений.

На проведение переговоров отводится 15-20 минут, чтобы установить контакт с собеседником и привлечь его к взаимовыгодным отношениям. Более продолжительная беседа может привести к тому, что техника продаж не даст положительного результата, так как любой собеседник (клиент) заинтересован быстро, своевременно (так считают в теории и практике управления) осуществить покупку товаров, услуг или осуществить иной выбор.

Роли:

если выбрано 2 участника, то схема продажи выглядит следующим образом: «производитель—покупатель»;

3 участника продаж: «производитель—посредник—покупатель».

Ожидаемый результат: студент научится правильно преподносить и предоставлять товар (услугу) покупателю, соблюдая искусство проведения деловых переговоров и сделок.

Типовое тестовое задание

Тема Роль маркетинга в организации сельского туризма.

1. Самостоятельный вид профессиональной деятельности специалиста по сервису и туризму, отличающийся уникальной программой и более высокой стоимостью, это:

- а) групповое обслуживание;
- б) индивидуальное обслуживание;
- в) плановое обслуживание.

2. Организация, выполняющая работы или оказывающая услуги клиентам на основе возмездного договора, называется:

- а) изготовителем;
- б) продавцом;
- в) исполнителем

3. По функциональному значению услуги индустрии туризма относятся к :

- а) материальным;
- б) социально-культурным

4. Специальная отрасль психологии, изучающая роль психологических явлений в обслуживающей и потребительской деятельности называется:

- а) социальной психологией;
- б) психологией труда;
- в) психологией сервиса

5. Профессиональные требования к специалисту по сервису и туризму, как к основному работнику сферы обслуживания, относятся к уровню:

- а) младшего персонала;
- б) квалифицированного персонала;
- в) управленческого персонала

6. Исторический тип предприятий туристской индустрии, где помимо услуг размещения, устраивали театральные представления, это:

- а) инны;
- б) ямы;
- в) постоянные двory

7. Предприятие питания на Руси с широким ассортиментом блюд, располагавшееся у дороги, это:

- а) корчма;
- б) харчевня;
- в) трактир

8. Технической основой дизайна СКС и Т является:

- а) техническая эстетика;
- б) инженерная психология;
- в) эргономика

9. Визуальный имидж предприятия сервиса создает:

- а) фирменное оформление;
- б) ландшафтный дизайн;
- в) графический дизайн

10. Предприятия беспошлинной торговли товарами туристского ассортимента называются:

- а) Tax Free;
- б) Duty Free

11. Национальные парки, заповедники и курорты и т.п., как условия для организации услуг развлечения, относятся к:

- а) естественным природным ресурсам;
- б) культурно-историческим ресурсам;
- в) рекреационным ресурсам

12. Совокупность норм и правил поведения работника сферы услуг, обусловленных его профессиональным положением, это:

- а) служебный этикет;
- б) этическая культура сервиса;
- в) эстетическая культура сервиса

13. Требования обслуживания разрабатываются для устранения:

- а) неосязаемости услуг;

- б) несохраняемости услуг;
- в) изменчивости качества услуг

14. Документ, подтверждающий соответствие реализуемых потребителю услуг требованиям законодательных и нормативных актов это:

- а) стандарт;
- б) сертификат;
- в) лицензия

15. Общий контроль качества и безопасности товаров, работ и услуг осуществляет:

- а) Федеральный орган по техническому регулированию;
- б) Федеральный антимонопольный орган;
- в) Федеральный орган санитарно-эпидемиологического надзора

16. Набор цветовых, графических, словесных, типографических и других констант, обеспечивающих смысловое единство всей исходящей от фирмы информации, это:

- а) фирменный стиль;
- б) имидж фирмы;
- в) дизайн фирмы

17. Распространенный метод отбора персонала, который позволяет предсказать, насколько эффективно кандидат на занимаемую должность сможет выполнять конкретную работу, это:

- а) собеседование;
- б) испытания;
- в) тесты

18. Совокупность мероприятий, с помощью которых услуги доводятся до потребителя, называется:

- а) маркетинг услуг;
- б) менеджмент услуг;

19. Место предоставления услуг, где работник туристской индустрии взаимодействует с потребителем, называется:

- а) предприятие сферы услуг;
- б) сервисная организация;
- в) контактная зона

20. Сущность сервиса состоит:

- а) в удовлетворении потребностей потребителя;
- б) в организации обслуживания.

21. Старение населения, более ранний выход на пенсию, возрастающее число одиноких взрослых, увеличение числа работающих женщин, тенденция к более поздним бракам и др. особенности обслуживания относятся:

- а) к национальным;
- б) к этническим;
- в) к демографическим.

22. Большой ассортимент туристских товаров, которые являются дефицитными или более дорогими в местах постоянного проживания клиентов (потребителей) и служат основой шоппинг-туризма это:

- а) специфическая часть турпродукта;
- б) неспецифическая часть турпродукта

23. Сфера сервиса, характеризующаяся предприимчивостью, быстрой приспособляемостью к требованиям рынка, открытостью инновациям, высокой мобильностью и готовностью идти на

риск, это:

- а) малое предпринимательство;
- б) среднее предпринимательство;
- в) крупное предпринимательство.

24. Одна из главных задач индустрии туризма, реализуемая в стратегии руководства сферой услуг, это:

- а) управление обслуживающим персоналом;
- б) повышение культуры сервиса (обслуживания);
- в) преодоление боязни риска у клиента

25. К категории работ, как разновидности туристских услуг, относятся:

- а) перевозка, размещение, питание;
- б) бронирование, резервирование, аттракции;
- в) страхование, прокат, ремонт, охрана

Ключи:

№	Ответ	№	Ответ
1	б	13	в
2	в	14	б
3	б	15	а
4	в	16	а
5	б	17	б
6	а	18	а
7	в	19	в
8	а	20	а
9	в	21	в
10	б	22	б
11	в	23	а
12	а	24	б

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

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная

Л1.1 Орловская В. П., Богданов Технология и организация предприятия туризма [Электронный ресурс]:учебник ; ВО - Бакалавриат. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 176 с. – Режим доступа: <http://new.znaniyum.com/go.php?id=1035161>

Л1.2 Покровский Н. Е., Черняева Т. И. Туризм: от социальной теории к практике управления [Электронный ресурс]:учеб. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Университетская книга, 2020. - 424 с. – Режим доступа: <http://znaniyum.com/catalog/document?id=367703>

Л1.3 Муртузалиева Т. В., Розанова Маркетинг услуг гостеприимства и туризма [Электронный ресурс]:учебно-практ. пособие ; ВО - Бакалавриат. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 166 с. – Режим доступа: <http://znaniyum.com/catalog/document?id=358128>

дополнительная

Л2.1 Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование:учебник для студентов вузов по специальности "Социально-культурный сервис и туризм". - Москва: Академия, 2016. - 272 с.

Л2.2 Елфимова Ю. М., Радишаускас Т. А. Туристско-рекреационное проектирование:учеб.-метод. пособие по направлению 43.03.02 "Туризм". - Ставрополь: Секвойя, 2017. - 779 КБ

б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.

ЛЗ.1 Бгатов А. П. Туристские формальности:учебник для студентов вузов по направлению "Туризм". - М.: Академия, 2013. - 368 с.

ЛЗ.2 Елфимова Ю. М., Иволга А. Г., Трухачев А. В., Варивода Д. С. Техника и технология в туризме и сервисе:практикум по направлениям: 43.03.01 "Сервис", 43.03.02 "Туризм". - Ставрополь: Секвойя, 2016. - 361 КБ

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

№	Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
1	Косультант	https://www.consultant.ru/
2	Электронная библиотека	https://otzovik.com/reviews/royallib_com-elektronnaya_biblioteka/

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины «Организация деятельности объектов сельского туризма» необходимо обратить внимание на последовательность изучения тем. Первая тема «Состояние и перспективы развития сельского туризма в Российской Федерации» дает базовые представления о сущности, предмете и задачах дисциплины, ее основных проблемах. Без изучения этих положений дальнейшее усвоение материала будет неэффективным. Особое внимание в первой теме следует обратить на виды туризма и их долю на российском рынке, концепцию агротуризма за рубежом, лидеров в организации сельского туризма в России и на реализацию, цель и задачи целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации».

Большой проблемой при изучении организации сервисной деятельности объектов сельского туризма является отсутствие достаточных знаний об устойчивом развитии туризма на сельских территориях, о развитии сельского туризма в Европе в целом, о стратегии для его будущего развития. Всё это и многое другое, указывает на необходимость изучения второй темы дисциплины «Ключевые вопросы организации успешного сельского туризма», которая пояснит все эти вопросы.

Третья тема «Государственная поддержка развития сельских территорий и несельскохозяйственной деятельности сельского населения» раскроет такие моменты, как: сельский туризм и его виды; основные направления развития сельского туризма; количество объектов сельского туризма в странах Европы; организационные структуры, продвигающие сельский туризм на рынок услуг; структура внутреннего российского туристского потока; проекты по развитию сельского туризма; поддержка сельского туризма на федеральном уровне; субсидирование кредитов на развитие несельскохозяйственных видов деятельности; повышение привлекательности сельской местности путем развития социально-инженерной инфраструктуры; концепция устойчивого развития сельских территорий; нормативно-правовая база, регулирующая агротуристическую деятельность. Все эти ключевые вопросы помогут глубоко познать дисциплину и сложить своё видение проблем сельских территорий.

Данная дисциплина познакомит студента с инновациями в сельской местности и их влиянием на её развитие. Помимо этого, студентом будут изучены темы, касающиеся развития сельского туризма в Европе (в Польше, во Франции и т.д.) и в России. Также необходимо обратить внимание на такие важные темы, как: «Традиционная народная культура как ресурс для развития сельского туризма», «Формы интеграции сельского туризма в регионах» и «Кадровое обеспечение сельского и экологического туризма». Эти темы так же помогут сформировать необходимые для студента знания, умения и навыки.

Самостоятельная работа является важнейшим элементом учебного процесса, так как это один из основных методов освоения учебных дисциплин и овладения навыками профессиональной деятельности. Это подтверждает учебный план, согласно которому, при изучении дисциплины на очной форме обучения – 72 часа отведено на самостоятельную работу и 72 часа – на аудиторские занятия, а на заочной форме обучения – 122 часа отведено на самостоятельную работу и 16 часов – на аудиторские занятия.

Лекции, практические занятия и промежуточная аттестация являются важными этапами подготовки к зачету с оценкой, поскольку позволяют студенту оценить уровень собственных знаний и своевременно восполнить имеющиеся пробелы. В связи с этим для подготовки к зачету с оценкой первоначально необходимо прочитать лекционный материал и самостоятельно выполнить типовые задания, представленные в рабочей программе.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Kaspersky Total Security - Антивирус
2. Microsoft Windows Server STDCORE AllLngLicense/Software AssurancePack Academic OLV 16Licenses LevelE AdditionalProduct CoreLic 1Year - Серверная операционная система

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

1. Kaspersky Total Security - Антивирус

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

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

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номер аудитории	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения занятий всех типов (в т.ч. лекционного, семинарского, практической подготовки обучающихся), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	300/ИТ Ф 404/ИТ Ф	<p>Оснащение: столешница для студентов – 66 шт., сидения для студентов -196 шт., сенсорная панель SMART podium – 1 шт., компьютер Neos 490 – 1 шт., конференц система AKG (Микрофоны и звук) – 1 шт., проектор Panasonic PT-EH600E – 1 шт., экран настенный с форматом 4:3 Digis. – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.</p> <p>Оснащение: столы – 28 шт., стулья – 28 шт., телевизор Sony -1 шт., компьютер Kraftway – 13 шт., автоматизированный комплекс сферы услуг HoReCa (отель, ресторан, кафе), учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.</p>
		404/ИТ Ф	<p>Оснащение: столы – 28 шт., стулья – 28 шт., телевизор Sony -1 шт., компьютер Kraftway – 13 шт., автоматизированный комплекс сферы услуг HoReCa (отель, ресторан, кафе), учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.</p>
2	Помещение для самостоятельной работы обучающихся, подтверждающее наличие материально-технического обеспечения, с перечнем основного оборудования		

		407/ИТ Ф	Оснащение: столы – 21шт., стулья – 47 шт., компьютер Kraftway Credo – 1шт, экран настенный -1 шт., проектор Epson EB-X18-1 шт., учебно-наглядные пособия в виде тематических презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
--	--	-------------	--

13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Организация деятельности объектов сельского туризма» составлена на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 515).

Автор (ы)

_____ доц. , кэн Елфимова Юлия Михайловна

Рецензенты

_____ доц. КМБиТ, кэн Рязанцев Иван Иванович

_____ доц. КМБиТ, кэн Иволга Анна Григорьевна

Рабочая программа дисциплины «Организация деятельности объектов сельского туризма» рассмотрена на заседании Кафедра международного бизнеса и туризма протокол № 28 от 25.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Заведующий кафедрой _____ Иволга Анна Григорьевна

Рабочая программа дисциплины «Организация деятельности объектов сельского туризма» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии Институт экономики, финансов и управления в АПК протокол № 5 от 26.03.2025 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело

Руководитель ОП _____