

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

УТВЕРЖДАЮ

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

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.04 Туристско-рекреационное проектирование

43.03.02 Туризм

Организация и управление туристкой деятельностью

бакалавр

очная

1. 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	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-4 Владение теоретико-методологическими основами проектирования в туризме	ПК-4.1 Владеет методами проектирования туристских продуктов и услуг	знает методы проектирования туристских продуктов и услуг
		умеет использовать методы проектирования туристских продуктов и услуг
		владеет навыками методами проектирования туристских продуктов и услуг
ПК-4 Владение теоретико-методологическими основами проектирования в туризме	ПК-4.2 Владеет методикой расчета проектных показателей, характеризующих экономическую и социальную эффективность туристско-рекреационного проектирования	знает видов работ и этапов по разработке и реализации проектов; методики расчета проектных показателей, характеризующих экономическую и социальную эффективность туристско-рекреационного проектирования; основ теории статистики и анализа
		умеет выбирать необходимые виды работ по разработке и реализации проектов, методику расчета проектных показателей, характеризующих экономическую и социальную эффективность туристско-рекреационного проектирования
		владеет навыками обоснования экономической и социальной эффективности туристско-рекреационного проектирования
ПК-5 Способен разрабатывать и внедрять готовые проектные решения в профессиональной туристской деятельности	ПК-5.1 Осуществляет разработку туристских продуктов и услуг по целевому запросу потребителей в соответствии с имеющимися ресурсами	знает анализировать предпочтения потребителя в современных условиях и использовать результаты анализа для разработки управленческих решений.
		умеет анализировать предпочтения потребителя в современных условиях и использовать результаты анализа для разработки управленческих решений.
		владеет навыками создания и управления туристским продуктом в рамках отдельных видов туризма для конкретных территорий.
ПК-5 Способен разрабатывать и внедрять готовые проектные решения в	ПК-5.2 Создает проектную документацию	знает правовые нормы в объемах, необходимых для составления организационной и технологической документации в сфере туризма.

профессиональной туристской деятельности	разработанного туристского продукта (услуги) для коммерциализации	умеет создавать организационную и технологическую документацию в деятельности работников туристской организации; осуществлять поиск актуальной нормативно-правовой документации в сфере туризма.
		владеет навыками навыками поиска нормативно-правовой документации в сфере туризма; организации документооборота туристского предприятия с учетом нормативных требований.

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Туристско-рекреационная деятельность как объект проектирования			
1.1.	Туризм и туристская деятельность как объект проектирования	6	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-4.1, ПК-4.2	Тест, Рабочая тетрадь
1.2.	Туристские продукты и услуги: основы проектирования	6	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-4.1, ПК-4.2	Тест, Рабочая тетрадь
1.3.	Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения	6	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-4.1, ПК-4.2	Тест
1.4.	Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг, основы и особенности проектирования	6	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-4.1, ПК-4.2	Тест, Рабочая тетрадь
1.5.	Туристское предприятие, особенности анализа и проектирования туристской деятельности	6	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-4.1, ПК-4.2	Тест, Рабочая тетрадь
1.6.	Проектирование бизнес-процессов туристской организации	6	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-4.1, ПК-4.2	Тест, Рабочая тетрадь
1.7.	Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного планирования	6	ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-4.1, ПК-4.2	Тест
1.8.	Экзамен	6		
	Промежуточная аттестация			Эк

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			

1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
	Для оценки умений		
	Для оценки навыков		
	Промежуточная аттестация		
2	Курсовые работы (проектов)	Вид самостоятельной письменной работы, направленный на творческое освоение общепрофессиональных и профильных профессиональных дисциплин (модулей) и выработку соответствующих профессиональных компетенций. При написании курсовой работы студент должен полностью раскрыть выбранную тему, соблюсти логику изложения материала, показать умение делать обобщения и выводы.	Перечень тем курсовых работ (проектов)
3	Экзамен	Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения.	Комплект экзаменационных билетов

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Туристско-рекреационное проектирование"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Типовые вопросы для собеседования

Тема: Контроль и регулирование выполнения проекта

1. Информационная система управления проектами.
2. Разработка системы мониторинга проектных показателей.
3. Виды и методы контроля по показателям проекта.
4. Регулирование выполнения проекта.

5. Технологические документы.
6. Жизненный цикл проекта.
7. Презентация туристско-рекреационного проекта.
8. Понятие, актуальность и цели презентации проекта.
9. Участники презентации – их роль и функции.
10. Технология организации презентации и ошибки при разработке презентаций.

Тема: «Инфраструктурная составляющая рекреационной деятельности»

1. Принципы оценки рекреационного спроса.
2. Функционирование и развитие рекреационных районов.
3. Взаимосвязь подсистем рекреационной системы.
4. Типы структур рекреационных систем.
5. Виды инфраструктуры в зависимости от задействования в рекреационной деятельности.
6. Элементы транспортной системы, необходимой для осуществления рекреационной деятельности.
7. Типы классификации рекреантов.

Типовое тестовое задание

Тема: «Туристско-рекреационная деятельность как объект проектирования»

1. Проект можно определить как:
 - а) совокупность мероприятий, направленных на достижение уникальной цели и ограниченных по ресурсам и времени;
 - б) систему целей, результатов, технической и организационной документации, материальных, финансовых, трудовых и иных ресурсов, а также управленческих решений и мероприятий по их выполнению;
 - в) системный комплекс плановых (финансовых, технологических, организационных и пр.) документов, содержащих комплексно-системную модель действий, направленных на достижение оригинальной цели.
2. Окружающая среда проекта – это:
 - а) совокупность факторов и объектов, непосредственно не принимающих участия в проекте, но влияющих на проект и осуществляющих взаимодействие с проектом и отдельными его элементами;
 - б) совокупность всех участников проекта и других физических и юридических лиц, заинтересованных в его результатах;
 - в) совокупность независимых хозяйствующих субъектов, взаимодействующих с участниками проекта напрямую.
3. Субъекты, самостоятельно реализующие деятельность по проекту или деятельность, результаты которой влияют на проект (взаимодействуют с проектом), – это:
 - а) пассивные участники проекта;
 - б) активные участники проекта;
 - в) косвенные участники проекта.
4. Руководитель проекта относится:
 - а) к активным непосредственным участникам;
 - б) пассивным участникам;
 - в) пассивным непосредственным участникам;
 - г) непосредственным участникам;
 - д) пассивным косвенным участникам.
5. Инициатором проекта является:
 - а) субъект деятельности, заинтересованный в достижении основной цели результатов проекта;
 - б) участник, осуществляющий финансирование проекта и заинтересованный в достижении финансовых результатов проекта;

в) субъект, являющийся носителем основной идеи проекта и инициативы по его реализации.

6. Общая структура жизненного цикла проекта включает в себя:

- а) прединвестиционную, инвестиционную, эксплуатационную стадии;
- б) предпроектные исследования, проектный анализ, строительство, эксплуатацию;
- в) обоснование инвестиций, разработку бизнес-плана, технико-экономическое обоснование проекта, строительство, освоение производственной мощности, эксплуатацию, завершение проекта;
- г) фазу разработки, фазу реализации.

7. Возможность участников проекта воздействовать на него:

- а) в фазе разработки больше, чем в фазе реализации;
- б) в фазе разработки меньше, чем в фазе реализации;
- в) одинакова в фазе реализации и в фазе разработки.

8. Полный перечень базовых элементов управления проектом включает в себя:

- а) ресурсы, работы, результаты;
- б) цели, ресурсы, работы;
- в) время, стоимость, качество;
- г) ресурсы, работы, результаты, риски;
- д) цели и мероприятия по их достижению.

9. К видам управленческой деятельности относятся:

- а) анализ;
- б) прогнозирование;
- в) учет;
- г) контроль;
- д) администрирование.

10. Планирование – это:

- а) определение оптимального результата при заданных ограничениях времени и ресурсов;
- б) определение путей, методов и средств достижения поставленной цели;
- в) установление сбалансированных, гармоничных отношений между участниками совместного труда;
- г) создание стимулирующих условий труда, при которых каждый работник трудится с полной отдачей.

Типовая деловая игра

Тема: «Особенности и принципы рекреационной деятельности»

Концепция игры:

Процесс обучения в данном случае состоит из следующих этапов: преподавателем студентам предварительно дается домашнее задание по сбору данных о туристско-рекреационном потенциале Ставропольского края (для 1 варианта), Краснодарского края (для 2 варианта) и Ростовской области (для 3 варианта), формируются группы от 4 до 7 человек; в каждой группе выбирается модератор, предоставляется время на обсуждение; дается возможность выступления представителю от каждой группы для презентации итогов работы. В процессе обсуждения студенты составляют сравнительный анализ трех регионов и делают вывод о том, туристско-рекреационный потенциал какого региона является более привлекательным для туристов. Преподаватель обобщает прозвучавшие выводы всех групп по заданной проблеме; совместно разбираются итоги и делаются общие выводы.

Роли:

- 1) группы
- 2) модератор

Ожидаемый результат:

Студенты совместно с преподавателем обобщают прозвучавшие выводы всех групп по заданной проблеме, совместно разбираются итоги и делаются общие выводы.

Итоги деловой игры подводятся ее участниками под руководством преподавателя.

Типовые практико-ориентированные задания

Тема: «Организационные формы управления туристско-рекреационным проектом»

Составьте сравнительную характеристику методик формирования производственного и организационного плана при подготовке туристско-рекреационного проекта.

Тема: «Управление туристско-рекреационными проектами на стадии разработки»

Укажите принципиальные различия методики разработки плана маркетинга в туристско-рекреационном проекте и в маркетинговой стратегии. Оформите в виде таблицы.

Тема: «Стратегии финансирования туристско-рекреационных проектов и программ»

Охарактеризуйте процесс планирования прибыли и денежных потоков при разработке туристско-рекреационного проекта. Составьте план разработки туристско-рекреационного проекта.

Тема: «Проектирование туристских услуг»

Разработать и рассчитать тур на КМВ для 2 молодых людей на 5 дней с вылетом из Саранска.

***Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)***

Типовые тестовые задания для контрольных точек

1. Территория, обладающая свойствами туристской привлекательности, что стимулирует туристический интерес и, следовательно, развитие самого туризма:

- а) туристическая дестинация;
- б) туристический регион;
- в) туристическая среда;
- г) все ответы верны.

2. Основной побудительный мотив развития экономических систем:

- а) потребности;
- б) анализ;
- в) ресурсы;
- г) мотивация.

3. Процесс производства, взятый из динамики его непрерывного возобновления:

- а) туристическая дестинация;
- б) воспроизводство;
- в) потребности;
- г) нестандартная ситуация.

4. Фактор, положительно влияющий на туризм:

- а) безработица;
- б) нестабильная ситуация на валютном рынке;
- в) рост реального дохода граждан.

5. Фактор, отрицательно воздействующий на туризм:

- а) безработица;
- б) рост реального дохода граждан;
- в) стабильная ситуация на валютном рынке;
- г) спрос на товары и услуги.

6. Основным положительным моментом сферы влияния туризма на экономику является:

- а) роль туризма в создании национального дохода;
- б) сезонность;
- в) диспропорция в экономике и занятости;
- г) инфляционный рост цен на услуги и товары.

7. Совокупность природных искусственно созданных человеком объектов, пригодных для создания туристических продуктов:

- а) туристический продукт;
- б) туристический ресурс;

в) туристическая дестинация;

г) все ответы верны.

1. Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристического продукта, осуществляемая юридическими и физическими лицами:

а) туроператорская;

б) турагентская;

в) туристская;

г) все ответы верны.

2. Один из основных факторов, стимулирующих посещение территории, являясь целевым сегментом развития туризма:

а) туристическая отрасль;

б) туристическая индустрия;

в) культурно-исторический потенциал;

г) туристическая дестинация.

3. Субъект предпринимательской деятельности, работающий непосредственно на туристическом рынке, реализуя туристический продукт:

а) туроператор;

б) контрагент;

в) турагент;

г) все ответы верны.

4. Комиссионное вознаграждение, которое получают турагенты от реализации туристического продукта:

а) 1 – 5%;

б) 7 – 20%;

в) 15 – 30%;

г) 20 – 25%.

5. К организованным объектам культурно-исторического потенциала относятся:

а) памятники, монументы;

б) ярмарки, фестивали;

в) музеи, галереи, театры;

г) все ответы верны.

6. Гостиница, представляющая собой вагон с одноместными и двухместными отсеками:

а) флотель;

б) бунгал;

в) ботель;

г) ротель.

7. Классификация гостиниц, присущая Египту, Турции, Франции:

а) система звезд;

б) система разрядов;

в) система букв;

г) система корон.

8. Наиболее хорошо ресторанный бизнес развит в:

а) Южной Европе, Китае;

б) Африке, Австралии;

в) США, Западной Европе;

г) все ответы верны.

9. Совокупность предприятий, учреждений и организаций материального производства и непромышленной сферы, обеспечивающих производство, распределение, обмен и потребление турпродукта:

а) индустрия гостеприимства;

б) туристская индустрия;

в) туристская отрасль;

г) все ответы верны.

10. К наиболее значимым культурно-историческим объектам РФ относятся:

а) памятники, монументы;

б) ярмарки, фестивали;

- в) музеи федерального назначения;
- г) все ответы верны.

11. Аутогостиница, оборудованная посадочной площадкой:

- а) мотель;
- б) апарт-отель;
- в) флотель;
- г) флайтель.

12. Туроператор приобретает право на услуги, входящие в тур, на основании:

- а) лицензии;
- б) сертификата;
- в) договора;
- г) все ответы верны.

13. Классификация гостиниц, к которой относятся фешенебельные гостиницы:

- а) по уровню цен;
- б) по функциональному пребыванию;
- в) по вместимости;
- г) все ответы верны.

14. Гостиницы, номерной фонд которых составляет от 150 до 400 номеров:

- а) средние;
- б) большие;
- в) малые;
- г) все ответы верны.

15. Гостиница, находящаяся возле дороги:

- а) мотель;
- б) отель;
- в) ротель;
- г) апарт-отель.

1. Турпроектирование основывается на:

- а) результатах географических исследований;
- б) результатах маркетинговых исследований;
- в) результатах исторических исследований;
- г) результатах технических исследований.

2. Перед началом проектных работ оператора необходимо:

- а) исследование потребностей потребительского рынка;
- б) исследование потребностей туристского рынка;
- в) исследование потребностей операторов.

3. Проектируемый тур ориентируется на:

- а) группу потребителей;
- б) группу продавцов;
- в) группу посредников;
- г) все ответы верны.

4. Этап, который является первым при маркетинговом исследовании:

- а) выбор фокус-группы;
- б) сегментирование рынка;
- в) позиционирование турпроекта;
- г) детализация потребностей фокус-группы.

5. Этап, не являющийся маркетинговым исследованием рынка:

- а) определение степени охвата потребителей;
- б) сегментирование рынка;
- в) определение потребностей каждого из членов фокус-группы;
- г) все ответы верны.

6. Сегментирование туристического рынка проводится на основании:

- а) принципов;
- б) статистики;

- в) предпочтений;
- г) все ответы верны.

7. По географическому принципу сегментирование зависит:

- а) от уровня доходов;
- б) существующих правил;
- в) степени развития транспортного сообщения;
- г) все ответы верны.

8. Сегментом по экономическому признаку являются:

- а) VIP-клиенты;
- б) клиенты эконом-класса;
- в) клиенты туристского класса обслуживания;
- г) клиенты бизнес-класса.

9. К элементам сегментирования по принципам количественного предпочтения туристов не относятся:

- а) туристы-индивидуалы;
- б) путешествующие парами;
- в) путешествующие группами;
- г) корпоративные клиенты.

10. Конкуренты туроператора небольшие по объему работ, легко перестраивающиеся к изменениям рыночного спроса:

- а) коммутанты;
- б) пациенты;
- в) виоленты.

1. Требование, которое не входит в туристический пакет как вид услуги:

- а) обоснованность;
- б) сдержанность;
- в) привлекательность;
- г) целостность.

2. Этап циклической деятельности туроператора, в результате которого из неконкретизированного туристического пакета формируется непосредственно сам тур:

- а) турслужба;
- б) турпакет;
- в) турпланирование;
- г) туриндустрия.

3. Требование (основание), которое не входит в идентификацию перевозчиков:

- а) опыт работы туроператора с перевозчиками ранее;
- б) опыт работы со средствами размещения курортного региона;
- в) нет имеющейся у туроператора договорной базы с отелями;
- г) все ответы верны.

4. Количество схем, которое подразумевает аутгоинг:

- а) 3;
- б) 4;
- в) 2;
- г) 1.

5. Выбор схемы работы туроператора по реализации тура зависит от:

- а) вида туроператора;
- б) расположения туроператора;
- в) от типа туроператора;
- г) все ответы верны.

6. Прямая организация туров подразумевает:

- а) контактирование аутгоингового туроператора со всеми поставщиками туруслуг;
- б) возможность заключения входных договоров;
- в) необходимость высоких издержек в организации тура;
- г) все ответы верны.

7. Что такое meet-компания:

- а) определение, наименование юридического и физического адреса, телефона;

б) зарубежный туроператор специализирующийся на приеме туристов из стран аутгоинг-оператора;

в) схема работы аутгоинг-оператора через посредника.

8. Основным преимуществом работы аутгоинг-оператора с зарубежными meet-компаниями является:

а) экологическая выгода;

б) НТП;

в) внешние факторы;

г) экономическая выгода.

9. Идентификация перевозчиков проводится на основании (выберите одно правильное):

а) имиджа и известности перевозчика;

б) имеющейся у оператора договорной базы с отелями;

в) степени соответствия отелей целям и условиям.

10. Сколько этапов можно выделить на основании целей турпланирования:

а) 1;

б) 2;

в) 3;

г) 4.

11. Непосредственный контакт с поставщиками всех туруслуг, участвующих в турпакете.

Является ли это одним из двух схем организации туров:

а) да;

б) нет.

12. Опосредованная организация зарубежных турпоездов от прямой отличается:

а) посредником;

б) поставщиком;

в) третьим лицом;

г) все ответы верны.

13. Схема работы аутгоинг-оператора через посредника наиболее распространена на рынке:

а) зарубежном;

б) российском;

в) все ответы верны.

14. Турпакет как вид услуги содержит требований:

а) 3;

б) 6;

в) 9;

г) 12.

15. Одно из достоинств прямой организации:

а) необходимость высоких издержек в организации туров;

б) необходимость учитывать специфику работы персонала зарубежных фирм поставщиков;

в) отсутствие необходимости переплачивать за посреднически е услуги иностранным партнерам;

г) все ответы верны.

1. Совокупность урегулированных правом общественных отношений, возникающих преимущественно между органами внутренних дел и гражданами в связи с выдачей гражданам паспортов и регистрационным учетом граждан по месту жительства и месту пребывания:

а) паспортная система;

б) визовая система;

в) бланк паспорта;

г) нет правильных вариантов ответа.

2. Субъектами урегулированных правом общественных отношений являются:

а) граждане;

б) органы внутренних дел;

в) граждане и органы внутренних дел;

г) нет правильного варианта ответа.

3. Основным документом, по которому граждане РФ осуществляют выезд из Российской Федерации и въезд в Российскую Федерацию, является:

- а) дипломатический паспорт;
- б) служебный паспорт;
- в) паспорт моряка;
- г) общегражданский паспорт;
- д) все ответы верны.

4. Паспорт после завершения служебной командировки за пределы РФ подлежит возврату в организацию, направившую гражданина в служебную командировку:

- а) дипломатический паспорт;
- б) паспорт моряка;
- в) общегражданский паспорт;
- г) служебный паспорт.

5. Паспорт, выдаваемый на общих условиях, называется:

- а) общегражданским;
- б) дипломатическим;
- в) служебным;
- г) паспортом моряка.

6. Общегражданский паспорт выдается сроком на:

- а) 3 года;
- б) 7 лет;
- в) 5 лет;
- г) 2 года.

7. Срок, устанавливаемый для оформления паспорта:

- а) не более одного месяца со дня подачи гражданином заявления по месту жительства;
- б) четыре месяца, если заявление подано по месту проживания;
- в) в течение одной недели;
- г) в течение 3 месяцев.

8. Визой для выезда из России является:

- а) общегражданский паспорт;
- б) дипломатический паспорт;
- в) служебный паспорт;
- г) заграничный паспорт.

9. Процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, и их животными установленных требований о вакцинации:

- а) санитарные (медицинские) формальности;
- б) визовые формальности;
- в) туристские формальности;
- г) все ответы верны.

10. Движимые предметы материального мира, находящиеся на территории Российской Федерации:

- а) исторические ценности;
- б) культурные ценности;
- в) художественные ценности;
- г) нет правильного варианта ответа.

Типовые вопросы для собеседования

Тема: Туризм и туристическая деятельность как объект проектирования.

1. Туризм и туристская деятельность как объект проектирования: ключевые элементы.
2. Территориальный аспект туристского проектирования: пространственные модели развития туризма.
3. Проектирование туристского пространства, особенности проектирования отдельных типов туристского пространства.
4. Проектирование туристской (рекреационной) деятельности на международном уровне: передовой опыт.
5. Проектирование туристской (рекреационной) деятельности на национальном уровне:

передовой опыт.

6. Проектирование туристской (рекреационной) деятельности на местном уровне: передовой опыт.

Типовое расчетно-графическое задание

Тема: Туристские продукты и услуги: основы проектирования

Задание 1.

Пользуясь электронной картой API Yandex или Google map покажите границы туристско-рекреационного кластера «Плѣс» в Ивановской области.

Типовые расчетные задания

Тема: Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг, основы и особенности проектирования.

Задание. Получение практических навыков применения маркетинговых ценовых стратегий.

На примере любой туроператорской компании:

опишите используемые методы определения цены;

сформулируйте применяемые стратегии ценообразования («снятие сливок», дифференцированные цены, низкие цены и др.).

Например, при использовании метода ценообразования «средние издержки + прибыль» структура цены (Ц) определяется по следующей формуле:

$$Ц = (C_c + П) + НДС$$

где C_c - полная себестоимость единицы продукта; П - планируемый размер прибыли; НДС - налог на добавленную стоимость на единицу продукции.

Определение средневзвешенной рыночной цены (необходимо для сравнения с планируемой ценой разрабатываемого продукта).

$$Ц_{ср} = (Q_1 P_1 + Q_2 P_2 + \dots + Q_n P_n) / (Q_1 + Q_2 + \dots + Q_n)$$

где q - объемы продаж конкурентов; P — цена единицы продукции.

Практический пример для выполнения задания. Туристская фирма «Южная Ривьера» решила использовать метод ценообразования «средние издержки + прибыль». Разрабатывая турпакет для молодоженов «Свадебный тур», фирма закладывает в его цену: себестоимость тура с учетом НДС + дополнительные издержки фирмы + прибыль фирмы:

$$Ц = 10\,992 + 1\,008 + 192 = 12\,192 \text{ руб.}$$

Компания «Южная Ривьера» выбирает стратегию под названием «стратегия прочного внедрения на рынок», которая предполагает, что при достаточно обширном предложении и стабильном спросе на данные продукты цена является решающим фактором при выборе турпродукта. Следовательно, при увеличении цены потребители могут переключиться на продукты конкурентов. Стратегия прочного внедрения на рынок базируется на среднерыночной цене продукта с незначительными отклонениями в сторону понижения (на 3—5 %).

Определяем среднерыночную цену:

$$Ц_{ср} = (1\,100 * 15\,000 + 900 * 12\,000 + 1\,000 * 13\,000) / (1\,100 + 900 + 1\,000) = 13\,400$$

Вывод. Цена должна быть на уровне среднерыночной и несколько ниже, так как запланированную прибыль фирма получит, даже если ее базовая цена составит 12 192 руб. Однако для прочного завоевания рынка и успешной ценовой конкуренции рекомендуемая цена 12 700 руб.

Тема: Туристское предприятие, особенности анализа и проектирования туристской деятельности.

Задание 1. Составьте прогноз будущих продаж ООО «Тез Тур» на базе прошлого оборота, по принципу «от достигнутых объемов реализации».

Объем реализации ООО «Тез Тур» за 2007 г. составил 125 800 тыс. руб., что на 14850 тыс. руб. (18,5 %) больше, чем в 2008 г.

Определите проектное значение туроборота в 2009 г. по формуле

$$\text{Оборот } 2009 = \text{оборот } 2008 \cdot \text{оборот } 2008$$

$$\text{оборот } 2007$$

Типовое кейс-задание

Тема: Проектирование бизнес-процессов туристской организации.

Два ведущих британских туроператора массового отдыха — Thomas Cook и MyTravel — объявили о слиянии, в результате которого возникнет одна из крупнейших в Европе туристических компаний.

По официальному заявлению сторон, в результате этой сделки новая компания получит лидирующие позиции в Великобритании, Ирландии, Германии, Скандинавии, странах Бенилюкса, Франции и Канаде.

Туроператор Thomas Cook, один из ветеранов туристического рынка Великобритании, принадлежит немецким акционерам — авиакомпании Lufthansa и розничной сети KarstadtQuelle. Thomas Cook — вторая по величине туристическая группа в Европе после концерна TUI. Это крупнейшая в Великобритании фирма со штатом в 11 тыс. чел. и 615 точками продаж, тремя call-центрами, собственным телеканалом. Туроператор MyTravel Group (бывшая Airtours) — второй на английском рынке массового отдыха после Thomas Cook.

В компании работают более 14 тыс. чел., причем 5 тыс. чел. — за пределами Великобритании. В 2006 г. пакетные туры этого оператора приобрели 6 млн чел. В его распоряжении 31 самолет, 81 гостиница. Необходимо отметить, что обе компании испытывали серьезные трудности после теракта 11 сентября 2001 г. в Нью-Йорке, когда в Европе резко упал спрос на отдых, авиаперевозки, а пакетные туры начали сдавать позиции перед Интернетом.

Thomas Cook удалось стабилизировать положение и выйти на прибыль весной 2006 г., а MyTravel — лишь к декабрю 2006 г.

Туроператор MyTravel в последнее время предпринимал неоднократные попытки объединения с другим сильным игроком на рынке. По данным BBC Thomas Cook в качестве возможного партнера не упоминался, компании считались заклятыми «друзьями». Чаще звучало имя третьей по величине туристической фирмы в Великобритании — First Choice.

Эту компанию туроператор MyTravel хотел купить еще в 1999 г., но помешало европейское антимонопольное законодательство. Объединенная компания будет называться Thomas Cook, а управляться — новым независимым органом, в который войдут топ-менеджеры обеих компаний.

По мнению руководства, объединение позволит экономить на расходах до 75 млн фунтов стерлингов в год (52 % будет принадлежать ритейлеру KarstadtQuelle и 48 % — акционерам MyTravel).

Причем KarstadtQuelle еще до конца этого года должна выкупить не принадлежащую пока ей остальную долю Thomas Cook у авиакомпании Lufthansa за 800 млн евро.

Проблемные вопросы:

с какой целью было предпринята попытка реорганизации деятельности;

в чем суть стратегии слияния и какие процессы в компаниях она прежде всего затронет?

Типовые контрольные работы для очной формы обучения

Контрольная работа №1 по теме «Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения».

Задание. На основе приведенной методики приобретение навыков проектирования справедливых цен на туристские продукты и услуги.

Определите конкурентную и справедливую цену.

Турпродукт — Путешествие в Грецию (острова) на 7 дней/8 ночей, размещение отель 3*, питание ВВ, трансфер, базисные экскурсии.

Компании: ООО «Музенидис Тревел»; ООО «Южный Крест» (Москва).

Турпродукт - Лечебный тур в Словению (курорт «Рагашка Слатина») на 14 дней, FB, трансфер аэропорт г. Любляна.

Компании: «Веди Тур Групп-М» и «GEOTOUR» (Москва).

1 Налог на добавленную стоимость взимается не во всех случаях и преимущественно действует на внутренних туристских рынках.

Контрольная работа №2 по теме «Туристская и рекреационная деятельность как объект комплексного планирования».

Задание. Используя метод Дж.Д.Джонса, определите стоимость бизнеса.

Компания-турагент — ООО «Солнечный берег» (Мытищинский р-н, Московская обл.) на рынке 5 лет. Управляется владельцем, численность персонала — 7 человек, трое имеют

профессиональное туристское образование.

Основные данные:

обслуживает 1 200 клиентов в год.

Средняя стоимость тура — 18 тыс. руб.

Комиссия — 15 %.

Доход от оказания дополнительных услуг — 7 % от основного дохода.

Непериодические доходы — 0,15 % от основного дохода.

Налоговых льгот — нет.

Чистые активы — 750 тыс. руб.

Примечание. При определении M — мультипликатора — значения категории риска определите самостоятельно исходя из логики предложенного задания.

Контрольная точка №2.

Вопросы (оценивают ЗНАТЬ):

1. Проектирование контроля качества туристской услуги.
2. Инновационные подходы к проектированию туристско-рекреационных зон.
3. Проектирование экскурсионных программ для туристских маршрутов и их особенности.
4. Планирование деятельности туристского предприятия.
5. Разработка концепции и стратегии гостеприимства в туристском обслуживании.

Задание № 1 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ):

Оцените перспективы развития туристского продукта «Сады Бельгии» и определите тип его жизненного цикла на основе построения графика, отражающего изменение объема реализации (количество проданных турпакетов) во времени, по кварталам (табл. 3.2). По оси X обозначить время в кварталах, а по оси Y — количество проданных турпакетов.

Квартал	I	II	III	IV
Количество турпакетов	25	100	120	35

Приведите несколько сходных туристских продуктов, жизненный цикл которых соответствовал бы данному примеру.

Задание № 2 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ):

Отработка навыков турпроектирования. На основании знакомства с туристским предложением подберите и обоснуйте туристский продукт для потребителя: мужчина 40 лет, преподаватель университета, биолог, ведет активный образ жизни, увлекается фотографией, не ищет комфорта, общается избирательно, член регионального общества защиты животных, вегетарианец, предпочитает путешествовать пешком или экологическими видами транспорта, ведет дорожный дневник и собирает гербарий.

Вопросы к экзамену

1. Метод оценки рекреационного качества территории и его применение в отечественной практике турбизнеса.
2. Территориальные рекреационные системы: понятие, структура, особенности развития.
3. Рекреация как социокультурный феномен современности.
4. Типы рекреации и рекреационные циклы.
5. Рекреационное районирование как научный метод исследования рекреации.
6. Процесс рекреационного районообразования: особенности, факторы, условия.
7. Рекреационные и туристские ресурсы.
8. Экологические особенности рекреационного использования территорий.
9. Факторы и условия пространственной организации рекреационной и туристской деятельности.
10. Туристско-рекреационный потенциал и основные туристские центры Среднего По-

ВОЛЖЬЯ.

11. Виды услуг и программа обслуживания в туризме.
12. Общие требования к проектированию туристско-рекреационных услуг.
13. Технологические документы в проектировании туристской услуги.
14. Особенности проектирования услуги «Туристское путешествие».
15. Особенности проектирования услуги «Туристский поход».
16. Особенности проектирования услуги «Экскурсия».
17. Понятие, цели и задачи проекта.
18. Особенности туристско-рекреационных проектов.
19. Структура проекта и ее основные составляющие.
20. Параметры успешного управления туристско-рекреационными проектами.
21. Нормируемые характеристики туристской услуги.
22. Структуры управления туристско-рекреационными проектами.
23. Преимущества и недостатки структур управления.
24. Выбор организационной структуры управления.
25. Роль и функции основных членов команды проекта.
26. Мотивация членов команды при реализации проекта.
27. Особенности управления туристско-рекреационными проектами на стадии разработки.
28. Календарный план разработки туристско-рекреационного проекта.
29. Этапы составления бизнес-плана туристско-рекреационного проекта.
30. Экспертиза актуальности и реализуемости проекта.
31. Оценка жизнеспособности туристско-рекреационного проекта, его экономическая и социальная эффективность.
32. Назначение и задачи контроля проекта.
33. Мониторинг. Виды и методы контроля по показателям проекта.
34. Технологические документы по показателям проекта.
35. Основные составляющие концепции управления качеством туристско-рекреационного проекта.
36. Контроль качества проекта: виды и методы.
37. Правовое обеспечение проекта. Учет и анализ затрат.
38. Управление выполнением гарантийных обязательств.
39. Анализ туристско-рекреационного проекта.
40. Представление проекта на утверждение.
41. Понятие и актуальность презентации туристско-рекреационного проекта.
42. Цели и структура презентации. Участники - их роль и функции.
43. Технология организации презентации.
44. Туристско-рекреационные проблемы региона.
45. Инновационные подходы к туристско-рекреационному проектированию.
46. Особенности формирования бюджета проекта.
47. Методы и приемы подготовки заявок на финансирование туристско-рекреационной программы.
48. Структура заявки, основные разделы. Экспертиза заявок.
49. Оценка условий жизни и здоровья населения как на обжитых территориях, так и для районов хозяйственного освоения.
50. Оценка сезонности и продолжительности активных видов отдыха и туризма.
51. Географические информационные системы (ГИС): структура, место в научной и практической деятельности.
52. Историко-культурный потенциал Национальных парков России.
53. Роль национальных парков в системе охраняемых природных территорий общероссийского значения.
54. Концептуальные основы и технологии рационального использования туристско-рекреационного потенциала территории.

Практико-ориентированное задание

Задание 1.

На основании знакомства с туристским предложением подберите и обоснуйте туристский

продукт для потребителей: молодая супружеская пара с двумя детьми 5 и 7 лет. Семья среднего достатка, муж — радиоинженер, жена — банковский служащий. Дети ходят в детский сад со спортивным уклоном. Все члены семьи ведут активный образ жизни, занимаются спортом, любят зрелищные мероприятия и подвижные игры.

Семья предпочитает скромную обстановку и полноценное трехразовое питание. Дети любят посещать игровые и анимационные клубы или площадки.

Задание 2.

На основании знакомства с туристским предложением подберите и обоснуйте туристский продукт для потребителя: мужчина 40 лет преподаватель университета, биолог, ведёт активный образ жизни, увлекается фотографией, не ищет комфорта, общается избирательно, член регионального общества защиты животных, вегетарианец, предпочитает путешествовать пешком или экологическими видами транспорта, ведет дорожный дневник и собирает гербарий.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Примерная тематика рефератов

1. История возникновения и развития туристско-рекреационного проектирования.
2. Тенденции и перспективы развития туристско-рекреационного проектирования
3. Теория социокультурных систем и миров Д.В. Николаенко.
4. Метод оценки рекреационного качества территории и его применение в отечественной практике турбизнеса.
5. Территориальные рекреационные системы: понятие, структура, особенности развития в СССР и СНГ.
6. Пространственно-временные исследования поведения рекреантов.
7. Рекреация как социокультурный феномен современности. Типы рекреации и рекреационные циклы.
8. Рекреационный район и эволюция его интерпретации в туристско-рекреационном проектировании и освоении территорий советского периода и современности.
9. Рекреационное районирование как научный метод исследования рекреации.
10. Процесс рекреационного районообразования: особенности, факторы, условия.
11. Рекреационные и туристские ресурсы.
12. Эволюция понимания рекреационных ресурсов в СССР и СНГ.
13. Экологические проблемы рекреационной деятельности и освоение территорий.
14. Экологические особенности рекреационного использования территорий.
15. Факторы и условия пространственной организации рекреационной и туристской деятельности.
16. Зоны современного рекреационного и туристского освоения в странах Восточной Европы.
17. Туристско-рекреационный потенциал Польши.
18. Рекреационные ресурсы и туристские центры Чехии и Словакии.
19. Культурно-исторические и бальнеологические ресурсы Венгрии и Румынии.
20. Сравнительная характеристика Венгрии и Югославии: опыт оценки туристско-рекреационного потенциала.
21. Туристско-рекреационный потенциал восточноевропейских столиц (Варшава, Прага, Братислава, Бухарест, Будапешт, Белград, София, Сараево, Люблина, Загреб, Скопье, Подгорица).
22. Туристские и рекреационные ресурсы государств Балканского полуострова.
23. Зоны современного рекреационного и туристского освоения в странах Западной Европы.
24. Туристско-рекреационный потенциал Скандинавских государств.
25. Рекреационно-географическая характеристика Дании и Исландии: опыт сравнительного анализа.

Тематика курсовых проектов

1. Особенности геоэкономического положения Шпаковского района Ставропольского края.

2. Особенности геоэкономического положения Минераловодского района Ставропольского края.
3. Особенности геоэкономического положения Александровского района Ставропольского края.
4. Анализ туристско-рекреационного потенциала Шпаковского района Ставропольского края.
5. Анализ туристско-рекреационного потенциала Минераловодского района Ставропольского края.
6. Анализ туристско-рекреационного потенциала Александровского района Ставропольского края.
7. Туристско-рекреационные проблемы региона (на выбор).
8. Источники финансирования туристско-рекреационных программ.
9. Проектирование экскурсионных программ для туристских маршрутов и их особенности.
10. Оценка рекреационных потребностей населения в различных видах кратковременного и длительного отдыха
11. Архитектурно-планировочная организация курортно-рекреационного района
12. Особенности проектирования курортно-рекреационных районов в различных природных условиях
13. Проектирование городских парков как основных полифункциональных комплексов кратковременного отдыха
14. Рекреационный урбанизм
15. Архитектурно-планировочная организация тематических парков на примере «Диснейленда», «Этномира» и «Мини-Европы»
16. Проектирование рекреационных услуг и циклов рекреационных занятий
17. Проектирование лечебных и лечебно-оздоровительных услуг и циклов занятий в санаторно-курортной практике
18. Проектирование циклов занятий в различных видах горного туризма (горного, спелео, горнолыжного, альпинизма)
19. Проектирование циклов занятий в экологическом туризме
20. Проектирование циклов занятий в научно-экспедиционном туризме
21. Проектирование циклов занятий в различных видах сельского туризма
22. Проектирование экскурсионных программ в различных видах культурного туризма
23. Методика организации и проектирование туров
24. Проектирование лечебно-оздоровительных туров
25. Проектирование летних спортивных туров (горных)
26. Проектирование горнолыжных туров
27. Проектирование дайвтуров
28. Проектирование приключенческих туров
29. Проектирование водных спортивных туров (рафтинг, континентальный яхтинг)
30. Проектирование водных любительских семейных туров
31. Проектирование охотничьих туров
32. Проектирование рыболовных туров
33. Проектирование туров с национальным экстримом
34. Проектирование экологических туров
35. Проектирование туров сельского туризма
36. Проектирование хобби-туров (винных и кулинарных)
37. Проектирование хобби-туров (минералогических, зоологических, ботанических)
38. Проектирование культурно-познавательных туров
39. Проектирование религиозных туров
40. Проектирование этнографических туров
41. Проектирование спортивно-зрелищных туров
42. Проектирование фестивальных туров