

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кудрявцев М.Г.
Должность: Проректор по образовательной деятельности
Дата подписания: 26.03.2026
Уникальный программный ключ:
790a1a8df2525774421adc1fc96453f0e902bfb0

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»**
(Университет Вернадского)

Кафедра Территориального управления и планирования

Принято Ученым советом
Университета Вернадского
«26» марта 2026 г. протокол № 8



Рабочая программа дисциплины

Организация международного туризма

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) программы	Предпринимательство в индустрии туризма
Квалификация:	бакалавр 43.03.02 Туризм
Форма обучения	очная, заочная

Балашиха 2026 г.

Рабочая программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм

Рабочая программа дисциплины разработана профессором кафедры территориального управления и планирования, д.э.н. Васильевой И.В.

Рецензент: профессор кафедры территориального управления и планирования, д.э.н. Гайдаенко А.А.

1 Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с установленными в ОПОП ВО индикаторами достижения компетенций

1.1 Перечень компетенций, формируемых учебной дисциплиной

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции Планируемые результаты обучения
Профессиональная компетенция	
ПК-2 Готов к реализации проектов в туристской индустрии	
<p>ПК-2.1 теоретические основы и технологию разработки, продвижения и реализации туристского продукта; основные положения нормативно-правовой базы разработки, продвижения и реализации туристского продукта и туристских услуг в РФ</p>	<p>Знать: теоретические основы разработки, продвижения и реализации туристского продукта в международном туризме; технологию создания турпродукта; основные нормативно-правовые акты РФ и международные соглашения, регулирующие международный туризм; требования к оформлению и предоставлению международных туристских услуг; базовые инструменты маркетинга для продвижения международных туров.</p> <p>Уметь: разрабатывать международные туристские продукты с учётом требований законодательства и запросов целевой аудитории; применять нормативно-правовые нормы при формировании и реализации международных туров; использовать маркетинговые инструменты для продвижения международного турпродукта (онлайн-платформы, участие в выставках, коллаборации с зарубежными партнёрами); рассчитывать стоимость международных услуг и формировать пакетные предложения; анализировать спрос на международные направления и корректировать предложения на основе данных о рынке и обратной связи от туристов.</p> <p>Владеть: навыками проектирования и внедрения международных туристских продуктов (экскурсионные, пляжные, деловые, оздоровительные туры и пр.); опытом продвижения международных туров через цифровые каналы и партнёрские сети; методиками ценообразования и калькуляции затрат с учётом валютных курсов и международных тарифов; инструментами анализа целевой аудитории и оценки конкурентоспособности международных предложений; навыками работы с договорной и визовой документацией в соответствии с законодательством РФ и требованиями зарубежных стран; практическими приёмами адаптации турпродукта к культурным особенностям и запросам иностранных туристов.</p>
<p>ПК-2.2 использовать знания об основных этапах и технологиях разработки, продвижения и реализации турпродукта и туристских услуг при организации,</p>	<p>Знать: основные этапы разработки, продвижения и реализации турпродукта; технологии организации международного туризма; методы сбора и анализа информации о конкурентоспособности туристских услуг; ключевые параметры конкурентоспособности (цена, качество, уникальность предложения, сервис, логистика);</p>

<p>реализации и обеспечении контроля профессиональной деятельности в туристской индустрии; формировать и реализовывать программу поиска и изучения источников информации с целью определения основных параметров конкурентоспособности</p>	<p>нормативно-правовые основы организации международного туризма в РФ и за рубежом.</p> <p>Уметь: применять на практике технологии разработки и продвижения международных туристских продуктов; организовывать и контролировать процессы реализации туристских услуг на международном уровне; формировать программу поиска и изучения источников информации; анализировать данные для определения конкурентных преимуществ и слабых сторон турпродукта; корректировать предложения с учётом изменений спроса, сезонности и внешнеполитических факторов.</p> <p>Владеть: навыками планирования и контроля профессиональной деятельности в сфере международного туризма на всех этапах жизненного цикла турпродукта; методиками поиска и систематизации данных из профильных источников; инструментами оценки конкурентоспособности турпродуктов; опытом использования цифровых каналов продвижения (сайты, соцсети, метапоисковики туров); практическими навыками подготовки аналитических отчётов и рекомендаций по повышению конкурентоспособности международных туристских услуг.</p>
<p>ПК-2.3 навыками и опытом анализа, оценки, организации деятельности по продвижению и реализации туристского продукта и туристских услуг посредством разных каналов сбыта; оценки комплектности и соответствия нормативам документационного оформления реализации конкретного турпродукта; формирования на основе принципов планирования и прогнозирования программ развития туристской индустрии. Навыками и опытом: продвижения и реализации туристского продукта в том числе на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста; организации продаж туристского продукта и отдельных туристских услуг;</p>	<p>Знать: основные каналы сбыта туристских услуг (прямые продажи, турагентства, онлайн-платформы, корпоративные клиенты); принципы и методы продвижения турпродуктов, в т. ч. с использованием ИКТ (SEO, SMM, email-маркетинг, метапоисковики); требования к документационному оформлению реализации турпродукта (договоры, ваучеры, страховки, визовая документация); основы планирования и прогнозирования развития туристской индустрии; правила ведения переговоров и согласования условий сотрудничества с партнёрами.</p> <p>Уметь: анализировать эффективность каналов сбыта и выбирать оптимальные для продвижения конкретного турпродукта; оценивать комплектность и соответствие нормативным требованиям пакета документов по туру; формировать программы развития туристского направления на основе прогнозов спроса и рыночных трендов; продвигать и реализовывать туристские услуги с учётом индивидуальных и специальных требований клиентов (адаптивный туризм, VIP-обслуживание, MICE-мероприятия); организовывать продажи туров через разные каналы, включая цифровые платформы; вести переговоры с партнёрами, согласовывать условия взаимодействия и фиксировать договорённости в договорах.</p> <p>Владеть: навыками анализа и оценки деятельности по продвижению и реализации турпродуктов (KPI, ROI, конверсия продаж); опытом использования цифровых инструментов для продвижения (CRM-системы, сервисы веб-аналитики, платформы онлайн-бронирования); методиками формирования и актуализации предложений с учётом запросов целевой аудитории и сезонности;</p>

ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов	практическими навыками организации продаж туристских услуг и отдельных сервисов (трансфер, экскурсии, страховка); опытом ведения деловых переговоров и заключения партнёрских соглашений; навыками контроля комплектности и корректности оформления документации по реализации турпродукта; умениями составлять прогнозы и разрабатывать программы развития направлений международного туризма на основе собранных данных и отраслевых трендов.
--	---

2. Цели и место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация международного туризма» относится к части формируемой участниками образовательных отношений профессиональной образовательной программы высшего образования 43.03.02 Туризм профиль Предпринимательство в индустрии туризма

Целями изучения дисциплины «Организация международного туризма» является формирование теоретических и практических знаний о закономерностях территориальной дифференциации туристской деятельности, природных и культурно-исторических особенностях развития международного туризма.

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

Очная форма обучения

Вид учебной работы	6 семестр, 3 курс
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	3
часов	108
Аудиторная (контактная) работа, часов	52
в т.ч. занятия лекционного типа	26
занятия семинарского типа	26
промежуточная аттестация	-
Самостоятельная работа обучающихся, часов	56
Контроль	-
Вид промежуточной аттестации	зачёт

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	1 курс
Общая трудоемкость дисциплины, зачетных единиц	3
часов	108
Аудиторная (контактная) работа, часов	12,25
в т.ч. занятия лекционного типа	6
занятия семинарского типа	6
промежуточная аттестация	0,25
Самостоятельная работа обучающихся, часов	91,75
Контроль	4
Вид промежуточной аттестации	зачёт

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

4.1 Перечень разделов дисциплины с указанием трудоемкости аудиторной (контактной) и самостоятельной работы, видов контролей и перечня компетенций Очная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Код компетенции
	всего	в том числе		
		аудиторной (контактной) работы	самостоятельной работы	
Раздел 1. Теоретические основы географии туризма	48	20	28	ПК-2
Раздел 2. Туристское регионоведение	60	32	28	
Итого за семестр		52	56	
Промежуточная аттестация	-	-	-	
ИТОГО по дисциплине	108	52	56	

Заочная форма обучения

Наименование разделов и тем	Трудоемкость, часов			Код компетенции
	всего	в том числе		
		аудиторной (контактной) работы	самостоятельной работы	
Раздел 1. Теоретические основы географии туризма	34	4	30	ПК-2
Раздел 2. Туристское регионоведение	69,75	8	61,75	
Итого за семестр	103,75	12	91,75	
Промежуточная аттестация	4	0,25	-	
ИТОГО по дисциплине	108	12,25	91,75	

4.2 Содержание дисциплины по разделам

Раздел 1. Теоретические основы географии туризма.

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 1. Современное состояние мирового туризма

Определение туризма. Классификация международного туризма. Мировые туристские ресурсы. Виды туристских ресурсов. Этапы формирования современного туристского пространства. Пространственное распределение туристских потоков.

Тема 2. География международного и внутреннего туризма в странах Европы.

Франция, Бельгия, Нидерланды, Люксембург, Великобритания, Германия, Португалия, Дания, Норвегия, Швеция, Финляндия, Австрия, Швейцария, Испания, Италия, Греция, Мальта, Чехия, Словакия, Польша, Болгария, Венгрия. Правила въезда-выезда, биоклиматические условия, природные рекреационные ресурсы, инфраструктура, гидроминеральные ресурсы, экологические условия природной среды, культурноисторический потенциал, рекреационная освоенность территории, основные центры туризма и проблемы рекреационного освоения

Раздел 2. Туристское регионоведение

Перечень учебных элементов раздела:

Тема 3. Международный и внутренний туризм в странах Америки.

США, Канада, Мексика, Бразилия, Аргентина, Венесуэла, Куба, Ямайка, Коста-Рика. Правила въезда-выезда, биоклиматические условия, природные рекреационные ресурсы, инфраструктура, гидроминеральные ресурсы, экологические условия природной среды, культурно-исторический потенциал, рекреационная освоенность территории, основные центры туризма и проблемы рекреационного освоения

Тема 4. Международный и внутренний туризм в Австралии и Океании.

Австралия, Новая Зеландия. Правила въезда-выезда, биоклиматические условия, природные рекреационные ресурсы, инфраструктура, гидроминеральные ресурсы, экологические условия природной среды, культурно-исторический потенциал, рекреационная освоенность территории, основные центры туризма и проблемы рекреационного освоения.

Тема 5. Международный и внутренний туризм в странах Азии и Ближнего Востока.

Азия: Индия, Непал, Шри-Ланка, Индонезия, Пакистан, Китай, Япония, Сингапур, Таиланд, Малайзия, Монголия. Ближний Восток: Объединенные Арабские Эмираты, Египет, Израиль, Сирия, Кипр, Турция, Саудовская Аравия, Иордания. Правила въезда-выезда, биоклиматические условия, природные рекреационные ресурсы, инфраструктура, гидроминеральные ресурсы, экологические условия природной среды, культурно-исторический потенциал, рекреационная освоенность территории, основные центры туризма и проблемы рекреационного освоения.

Тема 6. Международный и внутренний туризм в странах Африки.

Марокко, Тунис, Эфиопия, Танзания, Кения, ЮАР, острова Маврикий, Мадагаскар, Сейшельские острова. Правила въезда-выезда, биоклиматические условия, природные рекреационные ресурсы, инфраструктура, гидроминеральные ресурсы, экологические условия природной среды, культурно-исторический потенциал, рекреационная освоенность территории, основные центры туризма и проблемы рекреационного освоения.

Тема 7. География туристских регионов России. Въездной и выездной туризм в России.

Современное состояние рынка внутреннего и международного туризма в России. Рекреационное районирование России. Государственное регулирование сферы туризма в России. Туризм и туристские ресурсы России. Характеристика выездного туристского потока. Основные направления путешествий. Характеристика въездного туристского потока. Характеристика рекреационных ресурсов Российской Федерации по регионам.

5. Оценочные материалы по дисциплине

Оценочные материалы по дисциплине представлены в виде фонда оценочных средств.

6. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

6.1 Перечень учебно-методического обеспечения по дисциплине

№ п/п	Автор, название, место издания, издательство, год издания, количество страниц, режим доступа
1	Методические указания по изучению дисциплины

6.2 Перечень учебных изданий, необходимых для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм: учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 317 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08873-1. — Текст :

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516511>

2. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 273 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13905-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519623>

Дополнительная литература:

1. Феденева, И. Н. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие для вузов / И. Н. Феденева, В. П. Нехорошков, Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06479-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513639>

2. Солодовников, А. Ю. Социально-экономическая география евроатлантического региона: учебник и практикум для вузов / А. Ю. Солодовников. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10609-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/516692>

6.3 Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы и лицензионное программное обеспечение

Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы, цифровые электронные библиотеки и другие электронные образовательные ресурсы

1. Договор о подключении к Национальной электронной библиотеке и предоставлении доступа к объектам Национальной электронной библиотеки №101/НЭБ/0502-П от 26.02.2020 на 5 лет, пролонгирован с 26.02.2025 сроком на 5 лет

2. Соглашение о бесплатном тестовом доступе к Polpred.com. Обзор СМИ 27.04.2016 бессрочно

3. Соглашение о бесплатном тестовом доступе к Polpred.com. Обзор СМИ 02.03.2020 бессрочно

4. Информационно-справочная система «Гарант» – URL: <https://www.garant.ru/>
Информационно-справочная система Лицензионный договор № 261709/ОП-2 от 25.06.2021

5. «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/> свободный доступ

6. Электронно-библиотечная система AgriLib <http://ebs.rgunh.ru/> (свидетельство о государственной регистрации базы данных №2014620472 от 21.03.2014).

Доступ к электронной информационно-образовательной среде, информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Система дистанционного обучения Moodle www.portfolio.rgunh.ru (свободно распространяемое)

2. Право использования программ для ЭВМ Mirapolis HCM в составе функциональных блоков и модулей: Виртуальная комната.

3. Инновационная система тестирования – программное обеспечение на платформе 1С (Договор № К/06/03 от 13.06.2017). Бессрочный.

4. Образовательный интернет – портал Университета Вернадского (свидетельство о регистрации средства массовых информаций Эл № ФС77-51402 от 19.10.2012).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. OpenOffice – свободный пакет офисных приложений (свободно

распространяемое)

2. linuxmint.com <https://linuxmint.com/> (свободно распространяемое)

3. Электронно-библиотечная система AgriLib <http://ebs.rgunh.ru/> (свидетельство о государственной регистрации базы данных №2014620472 от 21.03.2014) собственность университета.

4. Официальная страница ФГБОУ ВО МСХ РФ «Российский государственный университет народного хозяйства имени В.И. Вернадского» <https://vk.com/rgunh.ru> (свободно распространяемое)

5. Портал ФГБОУ ВО МСХ РФ «Российский государственный университет народного хозяйства имени В.И. Вернадского» (свободно распространяемое) <https://zen.yandex.ru/id/5fd0b44cc8ed19418871dc31>

6. Антивирусное программное обеспечение Dr. WEB Desktop Security Suite (Сублицензионный договор №13740 на передачу неисключительных прав на программы для ЭВМ от 01.07.2021).

6.4 Перечень учебных аудиторий, оборудования и технических средств обучения

Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (поточная). Специализированная мебель, доска меловая, мультимедийное оборудование, экран настенный, проектор	143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д.50, каб. 235 Площадь помещения 73,4 кв.м № по технической инвентаризации 239, этаж 2
Учебная аудитория для занятий лекционного типа, семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы), для проведения групповых консультаций и индивидуальной работы обучающихся с педагогическими работниками, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации. Специализированная мебель, доска меловая. Мультимедийное оборудование, проектор, экран настенный	143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д. 50, каб. 125 Площадь помещения 51,6 кв.м № по технической инвентаризации 136, этаж 1
Помещение для самостоятельной работы. Персональные компьютеры в сборке с выходом в интернет.	143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д. 50, читальный зал Площадь помещения 497,4 кв. м. № по технической инвентаризации 177, этаж 1
Помещение для самостоятельной работы. Специализированная мебель, персональные компьютеры в сборке с выходом в интернет.	143900, Московская область, г. Балашиха, ул. Юлиуса Фучика д.1, каб. 320 Площадь помещения 49,7 кв. м. № по технической инвентаризации 313, этаж 3
Учебная аудитория для учебных занятий обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ. Специализированная мебель. Автоматизированное рабочее место для инвалидов-колясочников с коррекционной техникой и индукционной системой ЭлСис 290; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей со стационарным видеоувеличителем ЭлСис 29 ON; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей с портативным видеоувеличителем ЭлСис 207 CF; Автоматизированное рабочее место для слабовидящих и незрячих пользователей с читающей машиной ЭлСис 207 CN; Аппаратный комплекс с функцией видеоувеличения и чтения для слабовидящих и незрячих пользователей ЭлСис 207 OS.	143907, Московская область, г. Балашиха, ул. шоссе Энтузиастов, д. 50, каб. 105 Площадь помещения 52,8 кв. м. № по технической инвентаризации 116, этаж 1

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
МИНИСТЕРСТВА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»**
(Университет Вернадского)

Кафедра Территориального управления и планирования

**Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и
промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Организация международного туризма

Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) программы	Предпринимательство в индустрии туризма
Квалификация:	бакалавр 43.03.02 Туризм
Форма обучения	очная, заочная

Балашиха 2026 г.

1. Описание показателей и критериев оценивания планируемых результатов обучения по учебной дисциплине

Код и наименование компетенции	Уровень освоения	Планируемые результаты обучения
<p>ПК-2 Готов к реализации проектов туристской индустрии</p>	<p>Пороговый (удовлетворительно)</p>	<p>знает: теоретические основы разработки, продвижения и реализации туристского продукта в международном туризме; технологию создания турпродукта; основные нормативно-правовые акты РФ и международные соглашения, регулирующие международный туризм; требования к оформлению и предоставлению международных туристских услуг; базовые инструменты маркетинга для продвижения международных туров.</p> <p>умеет: применять на практике технологии разработки и продвижения международных туристских продуктов; организовывать и контролировать процессы реализации туристских услуг на международном уровне; формировать программу поиска и изучения источников информации; анализировать данные для определения конкурентных преимуществ и слабых сторон турпродукта; корректировать предложения с учётом изменений спроса, сезонности и внешнеполитических факторов.</p> <p>владеет: навыками анализа и оценки деятельности по продвижению и реализации турпродуктов (KPI, ROI, конверсия продаж); опытом использования цифровых инструментов для продвижения (CRM-системы, сервисы веб-аналитики, платформы онлайн-бронирования); методиками формирования и актуализации предложений с учётом запросов целевой аудитории и сезонности; практическими навыками организации продаж туристских услуг и отдельных сервисов (трансфер, экскурсии, страховка); опытом ведения деловых переговоров и заключения партнёрских соглашений; навыками контроля комплектности и корректности оформления документации по реализации турпродукта; умениями составлять прогнозы и разрабатывать программы развития направлений международного туризма на основе собранных данных и отраслевых трендов.</p>
	<p>Продвинутый (хорошо)</p>	<p>Знает твердо: теоретические основы разработки, продвижения и реализации туристского продукта в международном туризме; технологию создания турпродукта; основные нормативно-правовые акты РФ и международные соглашения, регулирующие международный туризм; требования к оформлению и предоставлению международных туристских услуг; базовые инструменты маркетинга для продвижения международных туров.</p> <p>Умеет уверенно: применять на практике технологии разработки и продвижения международных туристских продуктов; организовывать и контролировать процессы реализации туристских услуг на международном уровне; формировать программу поиска и изучения источников информации; анализировать данные для определения конкурентных преимуществ и слабых сторон турпродукта; корректировать предложения с учётом изменений спроса, сезонности и внешнеполитических факторов.</p> <p>Владеет уверенно: навыками анализа и оценки деятельности по продвижению и реализации турпродуктов (KPI, ROI, конверсия продаж); опытом использования цифровых инструментов для продвижения (CRM-системы, сервисы веб-аналитики, платформы онлайн-бронирования); методиками формирования и актуализации предложений с учётом запросов целевой аудитории и сезонности; практическими навыками организации продаж туристских услуг и отдельных сервисов (трансфер, экскурсии, страховка); опытом ведения деловых переговоров</p>

		и заключения партнёрских соглашений; навыками контроля комплектности и корректности оформления документации по реализации турпродукта; умениями составлять прогнозы и разрабатывать программы развития направлений международного туризма на основе собранных данных и отраслевых трендов.
	Высокий (отлично)	<p>Имеет сформировавшееся систематические знания: теоретические основы разработки, продвижения и реализации туристского продукта в международном туризме; технологию создания турпродукта; основные нормативно-правовые акты РФ и международные соглашения, регулирующие международный туризм; требования к оформлению и предоставлению международных туристских услуг; базовые инструменты маркетинга для продвижения международных туров.</p> <p>Имеет сформировавшееся систематическое умение: применять на практике технологии разработки и продвижения международных туристских продуктов; организовывать и контролировать процессы реализации туристских услуг на международном уровне; формировать программу поиска и изучения источников информации; анализировать данные для определения конкурентных преимуществ и слабых сторон турпродукта; корректировать предложения с учётом изменений спроса, сезонности и внешнеполитических факторов.</p> <p>Показал сформировавшееся систематическое владение: навыками анализа и оценки деятельности по продвижению и реализации турпродуктов (KPI, ROI, конверсия продаж); опытом использования цифровых инструментов для продвижения (CRM-системы, сервисы веб-аналитики, платформы онлайн-бронирования); методиками формирования и актуализации предложений с учётом запросов целевой аудитории и сезонности; практическими навыками организации продаж туристских услуг и отдельных сервисов (трансфер, экскурсии, страховка); опытом ведения деловых переговоров и заключения партнёрских соглашений; навыками контроля комплектности и корректности оформления документации по реализации турпродукта; умениями составлять прогнозы и разрабатывать программы развития направлений международного туризма на основе собранных данных и отраслевых трендов.</p>

2. Описание шкал оценивания

2.1 Шкала оценивания на этапе текущего контроля

Форма текущего контроля	Отсутствие усвоения (ниже порогового) *	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение реферата	не выполнен	Цель и задачи реферата достигнуты частично. Актуальность темы реферата определена неубедительно. В реферате выявлены значительные отклонения от требований методических указаний.	Цель и задачи выполнения реферата достигнуты. Актуальность темы реферата подтверждена. Реферат выполнен с незначительными отклонениями от требований методических указаний.	Цель написания реферата достигнута, задачи решены. Актуальность темы исследования корректно и полно обоснована. Реферат выполнен согласно требованиям.

Форма текущего контроля	Отсутствие усвоения (ниже порогового) *	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение проверочной работы	не выполнена или более 50% заданий решены неправильно	Решено более 50% заданий, но менее 70%	Решено более 70% заданий, но есть ошибки	все задания решены без ошибок
Итоговое тестирование	не выполнено или более 50% заданий выполнены неправильно	Выполнено более 50% всех заданий, но менее 70%	Выполнено более 70% заданий, но есть ошибки	все задания выполнены без ошибок

* Студенты, показавшие уровень усвоения ниже порогового, не допускаются к промежуточной аттестации по дисциплине.

2.2 Шкала оценивания на этапе промежуточной аттестации (зачет в виде итогового теста)

Форма промежуточной аттестации	Отсутствие усвоения (ниже порогового)	Пороговый (удовлетворительно)	Продвинутый (хорошо)	Высокий (отлично)
Выполнение итоговых тестов (не менее 15 вопросов на вариант)	Менее 51%	51-79%	80-90%	91% и более

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ПРИМЕРНЫЕ ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Международный туризм как актуальная сфера современной экономики в России и зарубежных странах.
2. Субъекты и объекты международного туризма. Факторы, влияющие на уровень развития международного туризма.
3. Международные туристические ассоциации (их правовой статус, взаимодействие с государственными структурами).
4. Международные стандарты оценки качества оказываемых населению туристических услуг.
5. Основные критерии для осуществления классификации международного туризма по различным видам.
6. Характеристика наиболее массовых видов международного туризма – оздоровительный и познавательный.
7. Актуальные формы молодежного туризма. Особенности в организации и проведении образовательного туризма.
8. Российское законодательство и нормативные акты УФМС о порядке выдачи общегражданских загранпаспортов гражданам РФ.
9. Правила оформления загранпаспортов для несовершеннолетних граждан РФ.
10. Типовая структура и функции консульских служб.
11. Типы и виды виз. Порядок обращения за получением визы. Типовые документы необходимые для приложения к заявлению о получении визы.
12. Порядок деятельности визовых центров и их правовой статус.
13. Стандартные требования при оформлении международного медицинского страхования.
14. Порядок действий объекта медицинского страхования в условиях возникновения страхового случая (болезнь, травма).
15. Порядок возмещения финансовых затрат страховой компанией лечебному учреждению.
16. Разграничение ответственности туристических агентств по отношению к своему клиенту и страховой компании в случае необходимости оказания туристу медицинской помощи.
17. Регламентные требования УФМС России по порядку оформления гостевых и туристических приглашений для иностранных граждан и порядок регистрации иностранных граждан по прибытию на территорию РФ.
18. Оздоровительные туристические курорты Центральной Европы (Карловы Вары, Марианске Лазне, Закопане, Баден Баден и т.п).
19. Речные круизы в Центральной и Зап. Европе (по Дунаю, Эльбе и т.п).
20. Морские круизы по Балтике, Северному морю, Средиземноморью .
21. Достопримечательности столиц стран Центральной и Западной Европы
22. Актуальные формы международного молодежного туризма.
23. Стандартные бонусы и скидки для участников семейного и молодежного туризма при поездках в страны Зап. Европы.

ТЕМАТИКА ВОПРОСОВ ДЛЯ УСТНОГО ОТВЕТА НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ

1. Национальные туристские организации России.
2. Основные документы, регулирующие международную туристскую деятельность.
3. Международная туристская безопасность: понятие и основные аспекты.
4. Факторы риска и безопасность туристов.
5. Особенности туризма в северных регионах России.
6. Санитарно-эпидемиологические правила в международных путешествиях.
7. Вопросы страхования в международном туризме.
8. Туристские формальности в международном туризме.
9. Опыт Европы в создании единого туристского пространства (Шенгенское соглашение).
10. Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.
11. Оценка состояния въездного и выездного туризма в Российской Федерации.
12. Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации.

ПРИМЕРНЫЕ ВАРИАНТЫ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

- 1. В настоящее время стержень правовой системы сферы туризма образует:**
 - a) Гражданский кодекс Российской Федерации
 - b) Федеральный закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
 - c) Федеральная целевая программа «Развитие туризма в Российской Федерации»
 - d) Концепция реорганизации и развития туризма в Российской Федерации
- 2. Оперативно модифицирующийся имидж фирмы, откликаясь на внешнюю среду, характеризуется:**
 - a) комплексностью
 - b) пластичностью
 - c) конкретностью
- 3. Создание постоянной клиентуры, а также работа по поддержанию положительного имиджа фирмы — это формирование приверженности к ...**
 - a) потребителю
 - b) туризму
 - c) марке
 - d) рекламе
- 4. Для выезжающих в Польшу, Болгарию, Румынию, Чешскую и Словацкую Республики страховой полис оформляется на бланках**
 - a) «Красная карта»
 - b) «Белая карта»
 - c) «Синяя карта»
 - d) «Зеленая карта»
- 5. Информация об основных характеристиках туристской услуги и условиях обслуживания называется ее:**
 - a) оформлением
 - b) описанием
 - c) рекламой
 - d) проспектом
- 6. Доля гостиничного обслуживания и питания в общей стоимости путевки**

оставляет

- a) 40-55%
- b) 80-85%
- c) 50-55%
- d) 60-65%

7. Разрешение, выдаваемое государственным органом юридическим или физическим лицам на осуществление международной туристской (гостиничной) деятельности в течение определенного времени при соблюдении ряда условий, называется:

- a) ваучером
- b) декларацией
- c) сертификатом
- d) лицензией

8. Обязательное условие деятельности турфирмы, направленное на обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов и экскурсантов, на предотвращение нанесения вреда их имуществу и окружающей среде, на повышение качества оказываемых услуг, называется _____ турфирм.

- a) специализацией
- b) лицензированием
- c) сертификацией
- d) стандартизацией

9. Теория соотношения факторов позволила объединить теории

- a) относительного преимущества и подобия стран
- b) абсолютного и относительного преимущества
- c) абсолютного преимущества и подобия стран
- d) спроса и предложения

10. Право, предоставляемое государственными органами, заниматься приемом иностранных туристов или направлением отечественных туристов за границу называется:

- a) сертификацией
- b) идентификацией
- c) лицензированием
- d) стандартизацией

11. Разработка маршрута завершается согласованием и утверждением

- a) маршрута тура
- b) паспорта маршрута
- c) прохождения маршрута
- d) программы тура

12. Результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов называется:

- a) рекламацией туриста
- b) туристской услугой
- c) программой обслуживания
- d) туристским ресурсом

13. Метод ценообразования, который заключается в добавлении на затраты определенного процента с целью получения прибыли после покрытия затрат на создание продукта и его представления на рынок, называется:

- a) обратное ценообразование
- b) затраты-плюс
- c) цена «брутто»
- d) ценообразование проникновения

14. Туристская услуга, обеспечивающая удовлетворение оздоровительных и

познавательных потребностей туристов при активных способах передвижения по маршруту, — это:

- a) посещение
- b) экскурсия
- c) поход
- d) путешествие

15. Фирмы в России, где клиенту предлагается 10-15 маршрутов, — фирмы

- a) неполного выбора
- b) экзотических маршрутов
- c) достаточного выбора
- d) минимального выбора

16. Комплекс сооружений, инженерных и других сетей, в том числе связи, дорог, смежных индустрии туризма предприятий, обеспечивающих нормальный доступ туристов к туристским ресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, а также обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма, называются:

- a) коммуникациями
- b) жизнеобеспечением
- c) инфраструктурой туризма
- d) индустрией туризма

17. При получении заграничного паспорта гражданам РФ следует предъявить:

- a) свой внутренний паспорт
- b) приглашение за границу
- c) договор с турагентством
- d) разрешение с работы

18. Тур на места исторического проживания населения для встречи с родственниками или изучения (ознакомления) с особенностями культуры и быта определенной этнической группы называется:

- a) ностальгическим
- b) ритуальным
- c) паломническим
- d) фермерским

19. Кто производит изучение туристской услуги с целью ее покупки?

- a) Исполнитель
- b) Государственные органы
- c) Потребитель
- d) Служащий

20. Совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, используемых при производстве туристского продукта и организации туристского бизнеса, — ...

- a) туристская индустрия
- b) туристские факторы
- c) туристские ресурсы
- d) туристские механизмы

ТЕМАТИКА ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ НА КРУГЛОМ СТОЛЕ

1. Динамика международных туристских потоков в южных регионах РФ.
2. Задачи по повышению эффективности въездного туризма в северных регионах РФ.
3. Долгосрочные и текущие прогнозы развития международного туризма.
4. Стратегия развития международного туризма.

5. Социальный туризм и система отпускных чеков.
6. Значение маркетинговой деятельности в международном туризме.
7. Стратегические альянсы: понятие, мотивы вступления, характерные черты.
8. Глобальные объединения: пути создания, виды деятельности, примеры.
9. Деятельность ассоциаций и консорциумов на международном туристском рынке.
10. Воздействие глобализации на национальные туристские рынки.
11. Государственное регулирование туризма: сущность и инструменты.
12. Экономические и административные механизмы государственной поддержки туризма.
13. Модели государственного регулирования туризма.
14. Нормативно-правовое законодательство в области туризма за рубежом.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Международный туризм: понятие и классификация видов.
2. Международный туризм как система статистических понятий и определений.
3. Классификация целей поездок в международном туризме.
4. Основные показатели международной туристской статистики.
5. Методы статистического учета в международном туризме.
6. Основные группы факторов, влияющих на развитие туризма.
7. Статичные и динамичные факторы, оказывающие воздействие на развитие туризма.
8. Роль политических и социально-демографических факторов в развитии туризма.
9. Экстенсивные и интенсивные факторы, определяющие развитие туризма.
10. Значение позитивных и негативных факторов в международном туризме на современном этапе.
11. Динамика развития международного туризма.
12. Характеристика туристских макрорегионов мира по основным статистическим показателям.
13. Страны-лидеры по международным туристским прибытиям.
14. Страны-лидеры по международным туристским доходам.
15. Страны-лидеры по международным туристским расходам.
16. Современное состояние развития туризма в Европейском регионе.
17. Страны Азиатско-Тихоокеанского региона на международном туристском рынке.
18. Факторы, определяющие развитие туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе.
19. Динамика развития международного туризма в Американском регионе
20. Основные тенденции развития туризма в Ближневосточном и Африканском регионах.
21. Туризм как социально-экономическое явление современного мира.
22. Вклад туризма в создание валового внутреннего продукта.
23. Платежный баланс стран по статье «Туризм».
24. Прямое и косвенное влияние туризма на экономику страны.
25. Туристский мультипликатор: понятие и типы.
26. Положительное и негативное воздействие международного туризма на национальные и региональные рынки.
27. Влияние туризма на занятость населения.
28. Туризм как культурное и экологическое явление современного мира.
29. Основные принципы устойчивого развития туризма.
30. Процесс глобализации на международном туристском рынке и основные тенденции его развития.
31. Программы продвижения национального туристского продукта в зарубежных

странах.

32. Характеристика деятельности зарубежных представительств по туризму и туристско-информационных центров.

33. Международные туристские организации: виды, цели, задачи.

34. Роль и значение Всемирной туристской организации (ЮНВТО)