

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Московский государственный институт культуры»

УТВЕРЖДЕНО:
Председатель УМС
Факультета государственной культурной
политики Единак А. Ю.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Направление подготовки: 43.0302 «Туризм»
Профиль подготовки / специализация: Историко-культурный туризм и
гостиничное дело

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

*(РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов)*

1. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Контролируемые компетенции (шифр компетенции), наименование компетенции:

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

2. Планируемые результаты обучения (знает, умеет, владеет (имеет навык)) по дисциплине:

Таблица 1

№ пп	Код компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине; индикаторы достижения компетенции
1.	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	<p><i>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</i></p> <p><i>Знать:</i> основы экономических и финансовых вопросов для принятия обоснованных экономических решений.</p> <p><i>Уметь:</i> использовать экономические и финансовые знания в разных областях жизнедеятельности для принятия обоснованных экономических решений.</p> <p><i>Владеть:</i> навыками принятия обоснованных экономических и финансовых решений в различных областях жизнедеятельности.</p>

3. Формируемая компетенция, раздел дисциплины и требования к выполнению контрольного задания

Таблица 2

№ недели	Формируемые компетенции (или ее части)	Раздел (темы) дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Виды оцениваемых контрольных заданий	Требования к подготовке доклада/презентации на семинаре
1-20	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.	Темы 1-20	Доклад / презентация (темы 1-19). Тест.	<p>Презентация доклада должна раскрывать основные положения доклада. Докладчик ставит задачу и цели, обрисовывает проблему исследования, методы и методологию, докладывает основные результаты исследования, делает выводы.</p> <p>Соблюдение регламента. Студенту отводится 10 минут на презентацию и до 5 минут на ответы на вопросы студентов. Если презентация затягивается и продолжается более 5 минут, оценка докладчику снижается за неумение эффективно распределить время выступления.</p> <p>Качество слайдов. Презентация должна содержать минимум текста: только тезисы. Комментарии к тезисам даются докладчиком в устной форме. Поощряется демонстрация графических ма-</p>

				<p>териалов, фотографий, графиков, таблиц и т.д.</p> <p>Комментарии докладчика к слайдам. Комментарии даются четко и ясно, не зачитываются докладчиком и не дублируют текст слайдов. Докладчик имеет право «подсматривать» в свои записи, но зачитывание этих записей не допускается. Зачитанное студентом выступление оценивается как неудовлетворительное.</p> <p>Владение аудиторией. Преподаватель оценивает внимание студентов к презентации, порядок в аудитории, способность докладчика обеспечить тишину, привлечь интерес к своей презентации. Докладчик презентует свой доклад не преподавателю, а другим студентам в группе! Недостаточное внимание аудитории к презентации, шум в аудитории оценивается как неумения докладчика заинтересовать слушателя и существенно снижает оценку презентации.</p> <p>Обсуждение (дискуссия). Отсутствие корректных вопросов от студентов означает посредственное качество презентации. От аудитории должно поступить не менее 3 вопросов. Докладчик, в свою очередь, должен ответить на них четко и ясно, уложившись в регламент (5 минут).</p>
--	--	--	--	---

4. Критерии оценки результатов освоения обучающимся материала дисциплины

Рейтинговая оценка студента по дисциплине определяется по 100-балльной шкале.

Максимальное количество набранных обучающимся в течение семестра баллов по результатам текущего контроля успеваемости не может превышать 60 баллов, а по результатам промежуточной аттестации – 40 баллов.

Таблица 3.

Шкалы оценивания		Критерии оценки результатов по дисциплине
Традиционная	Баллы	
«Зачтено» / «Отлично»	85-100	<p>Выставляется обучающемуся, если компетенция(ии), закрепленная за дисциплиной, сформирована (по индикаторам/ результатам обучения в формате знать-уметь-владеть) в полном объеме на уровне «высокий», и обучающийся демонстрирует как результат обучения следующие знания, умения и навыки: обучающийся глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, продемонстрировал это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет сочетать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литера-</p>

		туре.
«Зачтено» / «Хорошо»	70-84	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «хорошо».</p>
«Зачтено» / «Удовлетворительно»	52-69	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне «достаточный».</p>
«Не зачтено» / «Неудовлетворительно»	51 балл и ниже	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5. Оценочные средства

5.1 Задания для текущего контроля и требования к процедуре оценивания

Таблица 4

№ п/п	Задание	Требования к процедуре оценивания
1.	Реферат	<p>Написание реферата подразделяется на два периода:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. период подготовки реферата. 2. период работа над текстом и оформлением реферата <p>Период подготовки реферата, складывается из следующих этапов:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Этап – предварительная подготовка. Она выражается в уточнении названия реферата. Название должно быть кратким и выразительным. 1.2. Этап – библиографическая работа. Сюда же входит работа со справочным изданиями, библиографическими указателями и справочниками, энциклопедиями и различного рода обзорными, просмотр газет, журналов и других работ. 1.3. Этап – первичная работа с книгами, журналами, газетными статьями и прочим информационным материалом. <p>Первичная работа заключается в просмотре названий, оглавлений, вводных разделов, заключений и выводов работ, а также в просмотре таблиц, схем и рисунков. Сюда же входит регистрация и отбор литературы, необходимой для написания реферата. Существует карточный и тетрадный способы регистрации и отбора литературы для написания реферата. Лучше карточный – карточки при необходимости можно систематизировать, что и делается почти всеми при написании реферата.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.4. Этап – сплошное и выборочное чтение, а также изучение литературы и ее обработка, т.е. записывание. <p>Для составления реферата применяется три вида записей: 1 – конспект, 2 – аннотация, 3 – цитата.</p> <p>Конспект – это краткое или подробное переработанное автором письменное изложение какой-либо работы: сочинения, лекции, доклада, или одного первоисточника. Очень важно выделять в конспекте общие положения, заголовки, теоремы и формулы. Текст такой копии и называется конспектом, а процесс его написания – конспектированием.</p> <p>Следует отметить, что написание объемного и подробного конспекта требует от автора способности к творческой деятельности. В подробном конспекте автору приходится делать соответствующие пояснения, приводить примеры, составлять план и коротко отвечать на вопросы плана, т.е. записывать тезисы (см. ниже).</p> <p>Аннотация – это краткое изложение основной сути, содержания какой-либо статьи, сочинения, работы с обязательной характеристикой их направленности, ценности, назначения. Обычно в аннотации пишется краткое заключение и выводы работы. Аннотация пишется на обратной стороне карточки, на которой эта работа зарегистрирована. Аннотация является основным и обязательным видом записи при изучении литературы.</p> <p>Цитата – это дословная выдержка из текста, изречение автора, которое приводится для подтверждения некоторых фактов и соображений. Под цитатой обязательно указывается фамилия автора.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.5. Этап – заключительная работа периода подготовки. Он сводится главным образом к составлению плана написания реферата в соответствии с подобранным и изученным материалом. Только после составления плана и накопления достаточного количества данных приступают к написанию и оформлению реферата. <p>2 период – написание и оформление реферата.</p> <p>Он в свою очередь подразделяется на следующие этапы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Написание и оформление титульного листа, на котором обязательно пишется тема реферата, а также название института (организации), год издания, фамилия автора и руководителя и другие данные. 2.2 Введение в этой части пишется значимость темы, цели и задачи реферата. 2.3 Литературный обзор является специальной частью реферата, в которой приводятся все собранные автором литературные данные, показывается степень изученности затронутой темы, излагаются предварительные ответы на вопросы и задачи, поставленные в первой части или введении реферата. 2.4. Собственные исследования включают все данные, полученные в результате опытов. Собственные исследования излагаются с применением схем, таблиц, графиков, рисунков, фотографий. 2.5. Анализ литературных и экспериментальных данных приводится путем сопоставления

	<p>положений и фактов, приводимых в реферате в литературном обзоре и собственных исследованиях.</p> <p>2.6. Обобщение. В этой части обобщаются литературные данные и результаты собственных исследований, Обобщение делается в виде заключения, выводов, тезисов.</p> <p>Заключение - это краткое обобщение основного материала работы.</p> <p>Выводы – это обобщение каждого достоверного факта в отдельности, когда фактов много. Выводы должны быть предельно краткими и четкими ответами на задачи реферата</p> <p>Тезисы – представляют собой краткие или развернутые выводы с вводной, поясняющей, обосновывающей и заключительной частями работы. Тезисы включают изложение основных положений всей научной работы от начала до конца.</p> <p>2.7. Рекомендации или практические предложения. Пишутся в том случае, когда изложенные в реферате положения могут быть использоваться слушателями или читателями реферата в своей жизни и практической деятельности.</p> <p>2.8. Список использованной литературы. Это один из важных элементов реферата, позволяющий проверить автора и помогающий отыскать основную литературу, в которой можно получить ответы на интересующие вопросы, если эти вопросы не раскрыты в реферате, но интересуют читателя.</p> <p>Существуют следующий порядок регистрации и оформления литературы: указываются фамилия и инициалы автора, название книги или статьи, номер тома или выпуска, год и место издания, страницы.</p> <p>Год издания пишут за фамилией и инициалами автора. Оглавление или содержание в рефератах указывается не всегда.</p>
--	--

Примерные темы рефератов:

1. Субъекты рыночной экономики. Понятие и сущность экономического кругооборота. Модели экономического кругооборота в сфере туризма.
2. Сущность собственности как экономической категории и ее формы.
3. Система экономических интересов. Мотивы и стимулы хозяйствования в сфере туризма.
4. Министерство экономического развития РФ как государственный заказчик и координатор федеральных проектов и программ в сфере туризма.
5. Основные функции Министерства экономического развития РФ по обеспечению выполнения федеральных проектов и программ в индустрии туризма.
6. Федеральный проект «Пять морей и озеро Байкал». Основные положения Проекта.
7. Государственная поддержка инвестиционных проектов, направленных на развитие туризма в регионах.
8. Основные положения Федерального закона "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации".
9. Организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций в сфере туризма. Характеристика организационно-правовых форм коммерческих организаций.
10. Организационно-правовые формы коммерческих и некоммерческих организаций в сфере туризма. Характеристика организационно-правовых форм некоммерческих организаций.
11. Федеральный проект «Сохранение культурного и исторического наследия». Основные цели и задачи Проекта.
12. Экономическая эффективность субъектов сферы туризма.
13. Понятие рынка. Элементы рынка в сфере туризма. Функции рынка.
14. Структура и инфраструктура рынка. Критерии для характеристики структуры рынка в сфере туризма.
15. Сущность и виды потребностей людей. Экономические потребности. Закон возвышения потребностей. Туризм как социально-культурная потребность человека.
16. Экономические блага и их классификация. Туризм как благо.
17. Товар и его свойства. Реальная и формальная потребительная стоимость товара. Система относительных цен.
18. Функции денег. Экономическая природа денег. Эволюция денег в современной денежной системе.

<p>19. Роль туризма в экономике страны. Поддержка государства развития индустрии туризма.</p> <p>20. Капитал, его формы и свойства. Кругооборот и оборот капитала.</p> <p>21. Виды предпринимательской деятельности в сфере туризма. Внешние факторы предпринимательской стабильности.</p> <p>22. Государственная поддержка предпринимательства в сфере туризма.</p> <p>23. Система налогообложения туристской деятельности.</p> <p>24. Внутренние факторы стабильности деятельности туристских предприятий.</p> <p>25. Планирование кадров. Оценка уровня профессионализма руководителей и специалистов организаций в индустрии туризма.</p> <p>26. Стратегическое планирование деятельности туристских предприятий.</p> <p>27. Экономические ресурсы и их виды. Ресурсы в сфере туризма.</p> <p>28. Закон возрастающих вмененных издержек. Альтернативные (вмененные) издержки.</p> <p>29. Эффективность использования основных фондов, капитала, материальных и трудовых ресурсов в индустрии туризма.</p> <p>30. Рыночный механизм сферы туризма.</p> <p>31. Закон спроса. Неценовые факторы, влияющие на спрос в сфере туризма.</p> <p>32. Закон предложения. Эластичное и неэластичное предложение в сфере туризма.</p> <p>37. Сущность и специфика бренда как экономической категории.</p> <p>38. Роль и значение брендинга для достижения конкурентного преимущества.</p>		
2.	Доклад	<p>Предмет доклада – исследуемое отношение, которое связано с данным объектом. Понимание объекта и предмета доклада необходимо для разностороннего раскрытия темы и исключения смешения материала с материалом, касающимся других объектов и предметов, которые не связаны с основной темой, или не важны для раскрытия данной темы.</p> <p>После уяснения цели и задач доклада необходимо сформировать план. Этот план определяет основные разделы доклада (пункты) в зависимости от поставленных задач.</p> <p>Материал для доклада необходимо подбирать, обращая особое внимание на следующие его характеристики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - отношение к теме исследования; - компетентность автора материала; - конкретизация и подробность; - новизна; - научность и объективность; - значение для исследования. <p>Источник материала: периодические издания, научная литература, материала научных конференций, Интернет- ресурсы. При выборе, например, периодического издания для поиска материала необходимо учитывать общую направленность такого издания, целевую аудиторию. При использовании Интернет- источников важно иметь ввиду, что в них материал может быть ошибочным или неполным, так как глобальная сеть доступна для большого количества пользователей и их квалификация также может различаться. При подборе литературных источников важен год издания, основные цели такого издания. Целевая аудитория и цели книга обычно находятся в введении.</p> <p>При изложении материала нужно плавно переходить от одного вопроса к следующему, желательно обобщать материал каждого пункта (раздела) доклада используя такие слова, как «таким образом», «итак», «необходимо подчеркнуть» и т.п. Такие обобщения гарантируют правильное и полное восприятие материала аудиторией.</p> <p>Если в материале используются цитаты или определения других авторов, то необходимо ссылаться на таких авторов.</p> <p>В конце доклада, должен быть краткий вывод, который показывает, насколько цель доклада была выполнена. В выводе (заключении) должны быть отражены все задачи и степень их выполнения.</p>

Примерные темы докладов: <ol style="list-style-type: none"> 1. Влияние государственной политики на инвестиционную деятельность в сфере туризма. 2. Эффективность мер государственной поддержки развития туризма в Российской Федерации. 3. Бренд как нематериальный актив. Возможности улучшения экономических и финансовых показателей деятельности путем реализации брендинга. . 4. Экономико-организационные меры по повышению конкурентоспособности организаций в сфере туризма. 5. Влияние продуктовой диверсификации на рост и эффективность деятельности туристского предприятия. 6. Бренд как фактор неценовой конкуренции (на примере рынка туризма). 7. Разработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности туристских предприятий. 8. Рекомендации по созданию эффективной системы мотивации персонала организаций в индустрии туризма. 9. Направления улучшения финансового состояния туристского предприятия. 10. Федеральный проект «Обеспечение качественно нового уровня развития инфраструктуры культуры». Цели и содержание Проекта. 11. Федеральный проект «Сохранение культурного и исторического наследия». Основные цели и задачи Проекта. Примеры реализации Проекта. 12. Анализ различных подходов к пониманию бренда (ресурсно-ориентированный подход, подход к пониманию бренда с позиции потребителя, подход к пониманию бренда во временной перспективе). 13. Использование методов экономической статистики для сбора экономической информации о деятельности туристских предприятий. 14. Современные проблемы экономики в сфере туризма и пути их решения. 15. Новые тренды туристской деятельности. 16. Использование цифровизации и иммерсивного опыта при составлении туристами маршрутов. 17. Экскурсии с дополненной реальностью. 18. Поездки в формате «бизнес + отдых». Персонификация и камерность (предпочтение туристами бутик-отелей). 19. Развитие гастрономического туризма. 20. Геймерские путешествия. 		
3.	Тестовые задания	<p>Проводится в учебной аудитории письменно, состоит из 17-ти заданий, задания теста обучающиеся получают от преподавателя вместе с листом для ответов, время, отводимое на выполнение теста, составляет 45 минут. При выполнении теста недопустимо пользоваться вспомогательными материалами, в т.ч. в сети Интернет</p> <p>Выполнение тестовых заданий оценивается следующим образом: 75% (13 заданий) правильных ответов – зачтено; Менее 75% правильных ответов – не зачтено.</p>
Тестовые задания: <ol style="list-style-type: none"> 1. Основными вопросами экономики являются: <ol style="list-style-type: none"> А) Что? Как? Для кого? Б) Что? Почему? В чьих целях? В) Почему? Для кого? Как? 		

- Г) В чьих интересах? Как? Зачем?
2. Сфера туризма с точки зрения экономической теории является:
- А) разновидностью общественного производства;
 - Б) отраслью народного хозяйства;
 - В) автономной сферой со своими законами функциями и спецификой;
 - Г) сектором экономики
3. Специфической особенностью нематериального производства является ситуация, когда:
- А) издержки производства ниже доходов туристского предприятия;
 - Б) издержки производства выше доходов туристского предприятия;
 - В) издержки производства обычно приравнены к доходам предприятия сферы туризма;
 - Г) понятие «издержки» неприемлемо для нематериального производства
4. Стоимость услуг сферы туризма обычно:
- А) не адекватна их рыночной стоимости;
 - Б) тождественна их рыночной стоимости;
 - В) определяется выше их рыночной стоимости;
 - Г) определяется ниже их рыночной стоимости
5. Согласно законам Энгеля, чем ниже в стране среднестатистический уровень доходов населения, тем:
- А) выше расходы на питание и ниже расходы на туризм;
 - Б) выше расходы на туризм и ниже расходы на питание;
 - В) ниже расходы на питание и ниже расходы на туризм;
 - Г) выше расходы на питание и выше расходы на туризм.
6. Определите три основных субъекта туристского рынка...
- А) государственные организации;
 - Б) туристские организации, фирмы;
 - В) потенциальные туристы;
 - Г) предприятия общественного питания;
 - Д) учреждения культуры.
7. Основная цель нематериального производства состоит в:
- А) получении прибыли и распределении ее между участниками производства;
 - Б) получении прибыли и распределении ее на нужды производства;
 - В) достижении социально значимых целей и распределении прибыли на данные цели;
 - Г) достижении социально значимых целей и распределении прибыли между участниками производства
8. Экономика туризма - это:
- А) прикладная наука об основных принципах и инструментах строительства экономических отношений в общественном секторе экономики;
 - Б) прикладная наука об основных принципах и инструментах строительства экономических отношений в некоммерческом секторе экономики;
 - В) прикладная наука об основных принципах и инструментах строительства экономических отношений в частном секторе экономики;
 - Г) наука об основных принципах и инструментах строительства экономических отношений в сфере креативных индустрий.
9. Рекреационный туризм - это....

- А) туризм с целью изучения культуры;
- Б) туризм с целью отдыха;
- В) туризм с целью оздоровления;
- Г) туризм с целью общения.

10. Главные цели туризма:

- А) познавательные;
- Б) рекреационные;
- В) информационные;
- Г) развлекательные;
- Д) профессионально-деловые.

11. В основе определения формы туризма лежит.....

- А) географические параметры;
- Б) количественные показатели;
- В) страховой признак;
- Г) организационные параметры.

12. Совокупность товаров и услуг туристского назначения - это...

- А) туристский ваучер;
- Б) туристский продукт;
- В) туристский полис;
- Г) туристско-экскурсионные услуги.

13. Основные особенности туризма - это....

- А) перемещение в пределах местности постоянного проживания;
- Б) перемещение людей в ограниченном промежутке времени;
- В) развитие инфраструктуры;
- Г) коммерческие выгоды.

14. Активный туризм способствует...

- А) ввозу денег в страну;
- Б) вывозу денег из страны;
- В) укреплению здоровья;
- Г) приобретению новых знаний.

15. Путешествие одного или группы туристов, не связанных никакими взаимными обязательствами с туристским хозяйствующим субъектом, - это....

- А) активный туризм;
- Б) самостоятельный туризм;
- В) пассивный туризм;
- Г) релаксационный туризм.

16. Туризм характеризуется:

- А) высоким уровнем эффективности;
- Б) медленной окупаемостью инвестиций;
- В) низким уровнем эффективности;
- Г) быстрой окупаемостью инвестиций.

17. Система показателей развития туризма для регионов включает....

- А) объем предоставленных туристических услуг;
- Б) чистую прибыль от туристической деятельности;
- В) доля доступных для людей с ограниченными физическими возможностями объектов туристской индустрии;
- Г) все перечисленное выше.

18. Ведущую роль в организованном туризме играют....

- А) туроператоры;
- Б) турагенты;
- В) туристы;
- Г) руководитель туристической группы.

19. Какие формы рынка наиболее часто встречаются в сфере туризма?

- А) монополия производителя;
- Б) монополия потребителя;
- В) полиполия;
- Г) олигополия.

Ключ-указатель правильных ответов:

1. А; 2. Г; 3. Б; 4. А; 5. В; 6. Б, В, Г; 7. В; 8. А; 9. В; 10. А, Б; 11. Г; 12. Б; 13. Б; 14. А, В, Г; 15. А, Б; 16. Б; 17. Г; 18. А, Б, Г; 19. Г.

Вопросы к первому рубежному контролю (3-ий семестр)

1. Становление экономики туризма как отрасли.
2. Субъекты рыночной экономики в сфере туризма.
3. Понятие и сущность экономического кругооборота. Модель экономического кругооборота в сфере туризма.
4. Взаимовлияние сферы туризма и «большой» экономики. Особенности экономики туризма.
5. Система экономических интересов.
6. Органы исполнительной власти, регулирующие деятельность в сфере туризма.
7. Сущность и виды потребностей людей. Экономические потребности. Потребность человека в продуктах туристической индустрии.
8. Закон возвышения потребностей. Туризм как социально-культурная потребность человека.
9. Экономические блага и их классификация. Роль туризма в потреблении экономических благ.
10. Товар и его свойства. Понятие и содержание категорий «туристский продукт» и «туристская услуга».
11. Реальная потребительная стоимость товара. Формальная потребительная стоимость товара.
12. Закон Энгеля. Влияние дохода потенциального потребителя туристского продукта на его потребление.
13. Функции денег. Эволюция денег в современной денежной системе.
14. Капитал, его формы и свойства. Кругооборот и оборот капитала.
15. Сущность собственности как экономической категории и ее виды.
16. Понятие туристской индустрии. Организаторы туризма: туроператоры, турагенты и посредники.
17. Органы управления туризмом.
18. ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
19. Основные формы и виды туризма.
20. Характеристика организационно-правовых форм коммерческих организаций в сфере туризма.
21. Характеристика организационно-правовых форм некоммерческих организаций в сфере туризма.
22. Сущность и значение основных фондов, их состав и структура.
23. Производственные основные фонды. Непроизводственные основные средства туристского предприятия. Показатели оценки состояния основных фондов.

24. Роль лизинга в туризме.

Вопросы ко второму рубежному контролю (4-ый семестр)

1. Понятия «экономического эффекта» и «экономической эффективности». Показатели эффективности деятельности туристского предприятия.
2. Внешние и внутренние факторы, влияющие на экономическую эффективность.
3. Основные количественные и качественные факторы, влияющие на результат деятельности предприятий в сфере туризма.
4. Структура выручки. Виды прибыли и их расчет.
5. Основные виды рентабельности и их расчет.
6. Роль экономических механизмов государственной поддержки развития индустрии туризма. Формы государственной поддержки развития индустрии туризма.
7. Реализация региональных программ поддержки туристического бизнеса.
8. Понятие рынка. Элементы рынка в сфере туризма.
9. Объективная необходимость рынка. Функции рынка.
10. Роль рынка в производстве турпродукта. Виды рынков.
11. Структура и инфраструктура рынка. Критерии для характеристики структуры рынка.
12. Рыночный механизм. Позиционирование на рынке в сфере туризма.
13. Закон спроса. Классификация спроса.
14. Эластичность спроса в туриндустрии. Коэффициент точечной ценовой эластичности спроса.
15. Эластичность спроса в туриндустрии. Коэффициент дуговой ценовой эластичности спроса.
16. Жизненный цикл спроса.
17. Закон предложения. Эластичность предложения.
18. Факторы, влияющие на эластичность спроса и предложения в сфере туризма.
19. Роль анализа финансово-хозяйственной деятельности в управлении бизнесом в сфере туризма. Принципы, методы и этапы проведения анализа.
20. Экономические показатели как база анализа. Методика анализа финансово-хозяйственной деятельности.
21. Анализ маркетинговой деятельности.
22. Анализ ассортимента и объемов оказания услуг и продаж.
23. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов.
24. Анализ затрат на оказание услуг. Анализ себестоимости по статьям затрат.
25. Анализ финансовых и экономических результатов деятельности туристской организации.
26. Анализ состава и динамики балансовой прибыли. Анализ рентабельности услуг.
27. Определение порога рентабельности и запаса финансовой устойчивости туристской организации.

5.2 Задания для промежуточной аттестации и требования к процедуре оценивания

Таблица 5

№п/п	Задание	Требования к результатам подготовки и процедуре оценивания
1.	Подготовка к зачету	Студент должен: – достаточно точно формулировать определения; – полностью или достаточно полно раскрывать понятия и термины; – полностью или достаточно полно раскрывать сущность вопроса; – достаточно правильно отвечать на дополнительные вопросы преподавателя.
Вопросы к зачету по дисциплине:		
1. Становление экономики туризма как отрасли.		
2. Субъекты рыночной экономики в сфере туризма.		

3. Понятие и сущность экономического кругооборота. Модель экономического кругооборота в сфере туризма.
4. Взаимовлияние сферы туризма и «большой» экономики. Особенности экономики туризма.
5. Система экономических интересов.
6. Органы исполнительной власти, регулирующие деятельность в сфере туризма.
7. Сущность и виды потребностей людей. Экономические потребности. Потребность человека в продуктах туристической индустрии.
8. Закон возвышения потребностей. Туризм как социально-культурная потребность человека.
9. Экономические блага и их классификация. Роль туризма в потреблении экономических благ.
10. Товар и его свойства. Понятие и содержание категорий «туристский продукт» и «туристская услуга».
11. Реальная потребительная стоимость товара. Формальная потребительная стоимость товара.
12. Закон Энгеля. Влияние дохода потенциального потребителя туристского продукта на его потребление.
13. Функции денег. Эволюция денег в современной денежной системе.
14. Капитал, его формы и свойства. Кругооборот и оборот капитала.
15. Сущность собственности как экономической категории и ее виды.
16. Понятие туристской индустрии. Организаторы туризма: туроператоры, турагенты и посредники.
17. Органы управления туризмом.
18. ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
19. Основные формы и виды туризма.
20. Характеристика организационно-правовых форм коммерческих организаций в сфере туризма.
21. Характеристика организационно-правовых форм некоммерческих организаций в сфере туризма.
22. Сущность и значение основных фондов, их состав и структура.
23. Производственные основные фонды. Непроизводственные основные средства туристского предприятия. Показатели оценки состояния основных фондов.
24. Роль лизинга в туризме.
25. Показатели и анализ эффективности использования основных фондов.
26. Оборотные средства туристского предприятия: оборотные производственные средства, фонды обращения.
27. Сущность, структура и состав издержек производства туристского предприятия.
28. Виды издержек деятельности организации. Постоянные, переменные и общие издержки в краткосрочном периоде.
29. Издержки деятельности туристского предприятия в долгосрочном периоде. Оптимизация издержек производства туристского предприятия.
30. Состав и классификация затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта.
31. Экономическое содержание цены. Виды и классификация цен.
32. Ценовая политика в туризме.
33. Рыночное ценообразование в сфере туризма. Установление равновесной цены.
34. Методы формирования цен на туристский продукт. Определение цены по системе «директ-костинг».
35. Эффект изменения цены. Ситуация, когда повышение цены сопровождается ростом спроса. Ситуация, когда снижение цены стимулирует падение спроса.
36. Экономические ресурсы и их виды. Экономический выбор.
37. Производственные возможности общества. Закон возрастающих вмененных издержек.

38. Эффективность использования основных фондов, капитала, материальных и трудовых ресурсов в сфере туризма.
39. Механизмы привлечения ресурсов в сферу туризма.
40. Планирование как основная функция управления бизнесом. Механизм планирования деятельности туристского предприятия.
41. Оперативное, текущее и стратегическое планирование деятельности туристского предприятия: характеристика и различия. Основные виды текущих планов.
42. Основные задачи планирования: обеспечение целенаправленного развития туристского предприятия; рациональное распределение ресурсов; координация деятельности структурных подразделений и работников.
43. Бюджет и его значение в деятельности предприятия.
44. Стратегическое планирование – важнейшая функция стратегического управления туристским предприятием. Отличие стратегического планирования от долгосрочного. Принципы стратегического планирования.
45. Основные виды бизнес-планов и цель их разработки.
46. Этапы разработки бизнес-плана. Основное содержание предпроектного этапа бизнес-планирования.
47. Структура и содержание бизнес-плана.
48. Экономическая и социальная эффективность бизнес-плана.
49. Понятия «экономического эффекта» и «экономической эффективности». Показатели эффективности деятельности туристского предприятия.
50. Внешние и внутренние факторы, влияющие на экономическую эффективность.
51. Основные количественные и качественные факторы, влияющие на результат деятельности предприятий в сфере туризма.
52. Структура выручки. Виды прибыли и их расчет.
53. Основные виды рентабельности и их расчет.
54. Роль экономических механизмов государственной поддержки развития индустрии туризма. Формы государственной поддержки развития индустрии туризма.
55. Реализация региональных программ поддержки туристического бизнеса.
56. Понятие рынка. Элементы рынка в сфере туризма.
57. Объективная необходимость рынка. Функции рынка.
58. Роль рынка в производстве турпродукта. Виды рынков.
59. Структура и инфраструктура рынка. Критерии для характеристики структуры рынка.
60. Рыночный механизм. Позиционирование на рынке в сфере туризма.
61. Закон спроса. Классификация спроса.
62. Эластичность спроса в туриндустрии. Коэффициент точечной ценовой эластичности спроса.
63. Эластичность спроса в туриндустрии. Коэффициент дуговой ценовой эластичности спроса.
64. Жизненный цикл спроса.
65. Закон предложения. Эластичность предложения.
66. Факторы, влияющие на эластичность спроса и предложения в сфере туризма.
67. Роль анализа финансово-хозяйственной деятельности в управлении бизнесом в сфере туризма. Принципы, методы и этапы проведения анализа.
68. Экономические показатели как база анализа. Методика анализа финансово-хозяйственной деятельности.
69. Анализ маркетинговой деятельности.
70. Анализ ассортимента и объемов оказания услуг и продаж.
71. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов.
72. Анализ затрат на оказание услуг. Анализ себестоимости по статьям затрат.
73. Анализ финансовых и экономических результатов деятельности туристской организации.

74. Анализ состава и динамики балансовой прибыли. Анализ рентабельности услуг.
75. Определение порога рентабельности и запаса финансовой устойчивости туристской организации.
76. Показатели платежеспособности туристского предприятия. Расчет коэффициента общей платежеспособности.
77. Показатели платежеспособности туристского предприятия. Расчет коэффициента платежеспособности по текущим обязательствам.
78. Показатели платежеспособности туристского предприятия. Расчет коэффициента абсолютной ликвидности.
79. Показатели платежеспособности туристского предприятия. Расчет коэффициента текущей ликвидности.
80. Сущность и особенности труда в туризме. Мотивационный комплекс труда.
81. Состав и структура трудовых ресурсов в сфере туризма. Подбор кадров.
82. Организация и нормирование труда. Основные направления организации труда.
83. Оплата труда в сфере туризма.
84. Повышение результативности труда работников сферы туризма.
85. Регулирование трудовых отношений в туризме.
86. Роль инвестиций для развития индустрии туризма. Факторы инвестиционной привлекательности объектов сферы туризма.
87. Факторы, влияющие на инвестиционный потенциал региона.
88. Инвестирование в реновацию и модернизацию существующих гостиниц.
89. Финансирование строительства новых объектов размещения.
90. Инвестирование инфраструктуры и сопутствующих услуг.
91. Инвестиции в курортную недвижимость.
92. Инвестиции в развитие туристических направлений.
93. Конкурентоспособность туристского предприятия на международном рынке.
94. Анализ рыночных и специфических рисков инвестирования в развитие международного туризма.
95. Влияние международного туризма на экономику принимающих стран и стран – поставщиков туристов.
96. Особенности формирования современного туристического продукта и использование новых маркетинговых технологий в международном туризме.
97. Формирование конкурентоспособного туристического территориального бренда.
98. Новые тренды туристской деятельности.
99. Использование цифровизации и иммерсивного опыта при составлении туристами маршрутов. Экскурсии с дополненной реальностью.
100. Поездки в формате «бизнес + отдых». Персонализация и камерность (предпочтение туристами бутик-отелей).
101. Развитие гастрономического туризма.
102. Геймерские путешествия.
103. Методы установления цен. Антимонопольный контроль установления цен.
104. Факторы, влияющие на ценообразование в сфере туризма.

Составитель:

доктор экономических наук, профессор ВАК по менеджменту и предпринимательству,
профессор кафедры управления и экономики культуры Круглова Наталья Юрьевна.