



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК РГУТиС



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК РГУТиС

Директор филиала ФГБОУ ВПО
«РГУТиС» в г. Махачкале
З.М. Ханбабаева
«29» августа 2015 г.



ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В. ДВ.2.2. «Тенденция развития туризма в России и за рубежом»
Основной образовательной программы высшего образования – программы
академического бакалавриата
по направлению подготовки: 43.03.02. «Туризм»

направленность (профиль) Туризм

Классификация: бакалавр

Разработчики:

должность	подпись	ученая степень и звание, Ф.И.О.
доцент		К.филос.н. Курбанова А.М.

Оценочные средства рассмотрены и одобрены на заседании Совета филиала:

должность	подпись	ученая степень и звание, Ф.И.О.
доцент		К.филос.н. Курбанова А.М.

Оценочные средства согласованы и одобрены руководителем ООП:

должность	подпись	ученая степень и звание, Ф.И.О.
доцент		К.филос.н. Курбанова А.М.



1. Тестовые задания

Типовые тестовые задания по дисциплине

1. Выручка туристского агентства – это:
 - а) стоимость реализованных туристских продуктов и сопутствующих услуг;
 - б) процент от стоимости реализованных туристских продуктов и сопутствующих услуг, соответствующий комиссионному вознаграждению;
 - в) разность между стоимостью реализованных туристских продуктов и сопутствующих услуг и затратами, связанными с их формированием;
 - г) разность между комиссионным вознаграждением и издержками обращения.

2. Материальные затраты туристского предприятия составляют 500 д.е., затраты на оплату труда – 1000 д.е., среднегодовая стоимость основных производственных фондов – 2000 д.е., сумма начисленной амортизации – 200 д.е., прочие затраты – 300 д.е.. Чему равны затраты на 1 рубль выручки, если выручка от реализации услуг предприятия составляет 2500 д.е.?
 - а) 1,6;
 - б) 1,25;
 - в) 0,8;
 - г) нет правильного варианта ответа.

3. Предприятие общественного питания с ограниченным ассортиментом продукции, в котором преобладают алкогольные и безалкогольные продукты, десерты, закуски, называется:
 - а) кафе;
 - б) столовая;
 - в) бар;
 - г) ресторан.

4. Перечислите не менее 4 современных направлений культурного туризма и дайте их краткую характеристику.

5. Непрерывный и методичный процесс сбора, анализа и распространения информации о тенденциях и перспективах развития рынка туристских услуг, называется:
 - а) социологическим исследованием;
 - б) маркетинговым исследованием;
 - в) мониторингом;
 - г) прогнозированием.

6. Процесс разделения совокупного рынка на более мелкие однородные части с целью их последующего более детального исследования называется:
 - а) сегментацией;
 - б) интеграцией;
 - в) дифференциацией;



г) диверсификацией.

7. На основании приведенных статей составьте платежный баланс страны «Альфа», классифицируя каждую операцию как дебет или кредит (поставить в соответствующей графе значок «+»):

	Дебет	Кредит
- экспорт нефти 6 млн долл.		
- импорт зерна 5 млн долл.		
- экспорт оружия 2 млн долл,		
- доходы от туризма иностранцев в «Альфе» 6 млн долл.		
- денежные переводы иностранцам из «Альфы» 2 млн долл.		
- покупка акций частных корпораций Франции 6 млн долл.		
- покупка золота у иностранных граждан 1 млн долл.		

8. Интенсив-тур представляет собой:

- а) поощрительную поездку за счет фирмы для своих сотрудников;
- б) путешествие с целью лечения;
- в) путешествие с целью посещения ряда стран за одну неделю.

9. Виза - это...

- а) официальный документ, удостоверяющий личность туриста;
- б) разновидность международного страхового полиса, позволяющая получать и оплачивать страховые услуги в любой стране мира;
- в) специальное разрешение иностранного правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через территорию его государства

10. Таможенные формальности представляют собой процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу:

- а) установленного паспортно-визового режима;
- б) установленных требований вакцинации;
- в) правил и условий ввоза и вывоза вещей, товаров и валютных средств.

11. Наиболее объемным видом классификации в сфере туризма является:

- а) классификация по сезонности;
- б) по используемому транспорту;
- в) по видам туризма.

12. Туристическая индустрия влияет на развитие тех районов Земли, которые удалены от крупных промышленных центров и имеют незначительные хозяйственные ресурсы, следующим образом:

- а) сдерживает их экономическое, политическое и социальное развитие;
- б) способствует их превращению в индустриальные центры;
- в) способствует развитию отраслей, ориентированных на производство туристических услуг.

13. Имеет ли рост международного туризма определенные негативные последствия, так как:

- а) нарушает традиции и обычаи местного населения;



- б) увеличивает валютные поступления в бюджет страны;
- в) увеличивает местные доходы.

14. Для каждой страны наиболее выгодно развитие:

- а) внутреннего туризма;
- б) выездного туризма;
- в) въездного туризма.

15. Что необходимо для развития международного туризма в России:

- а) наличие естественных туристических ресурсов;
- б) высокие темпы экономического роста;
- в) кардинальное решение отношений собственности и проведение комплекса мероприятий на государственном уровне по превращению туризма в приоритетное экономическое направление.

16. На бланке туристической путевки обычно указывают вид питания туриста. Выберите то сокращение, которое в международной практике гостиничного обслуживания предполагает оплату и предоставление туристу только завтрака:

- а) FB;
- б) NB;
- в) BB .

17. Нестабильность спроса на туристический продукт зависит от:

- а) инвестиций капитала в единицу продукции;
- б) сезонных колебаний;
- в) наличия конкуренции между поставщиками.

18. Обслуживание «a la cart » - это...

- а) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню;
- б) обслуживание по единому для всех туристов меню без права выбора блюд;
- в) свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание.

19. Охарактеризуйте права и обязанности пассажира и перевозчика на международных авиарейсах.

	Права	Обязанности
Пассажир		
Перевозчик		

20. Чем отличается весовая система норм провоза багажа от системы количества мест, применяемых на международных авиaperевозках?



21. Назовите известные вам тарифы на международные авиаперевозки.

22. Какая система поощрения предусмотрена авиакомпаниями по отношению к пассажирам, регулярно пользующимися их услугами?

23. Какие классы обслуживания используются на международных авиалиниях?

24. К тенденциям развития предприятий гостиничной индустрии, получившим развитие в последние десятилетия, следует отнести:

- а) сокращение строительства новых гостиниц
- б) образование международных гостиничных и ресторанных цепей
- в) переход на нетрадиционные способы отдыха
- г) все перечисленное

25. В настоящее время в мире существует четыре международных системы резервирования, относящихся к GDS. это:

- а) “Amadeus”, “Galileo”, “Sabre” и “Worldspan”
- б) “Amadeus”, “Mercury”, “Sabre” и “Worldspan”
- в) “Amadeus”, “Marriot”, “Sabre” и “Worldspan”
- г) “Amadeus”, “Mercury”, “Marriot”, и “Worldspan”

26. Договор между владельцами транспортного средства (самолета, автобуса, парохода и т.д.) и фрахтователем на аренду всего транспортного средства или его части на определенный рейс или срок, называется:

- а) Контракт
- б) Агентское соглашение
- в) Чартер
- г) Другое

27. Под геопространственной диверсификацией туристического потока понимают:

- а) создание новых баз, объектов и территорий для организации туризма
- б) нормирование объема туристического потока в ту или иную "точку" государственного геопространства России



- в) расширение площадей территорий, которые пользуются популярностью среди туристов
г) свой вариант
28. Основные факторы, влияющие на развитие туризма, можно разделить на две группы:
- а) демографические и климатические
 - б) экономические и культурные
 - в) статические и динамические
 - г) демографические и экономические
29. К туристско-гостиничной индустрии относят:
- а) военные полигоны и базы
 - б) турфирмы, экскурсионные бюро, средства размещения
 - в) студенческие городки и университеты
 - г) все перечисленное
30. Приобретение гостиничного номера, виллы, коттеджа в собственность на определенное время (например, одну-две недели в течение года поочередно с другими владельцами) называется:
- а) Таймшер
 - б) Аренда
 - в) Дайвинг
 - г) Другое
31. Через какие основные механизмы компании могут выхода на внешние рынки?
- а) экспорт
 - б) лицензирования
 - в) квотирование
 - г) прямые иностранные инвестиции
32. Брендинг страны используется для:
- а) повышения привлекательности страны для туристов
 - б) повышения привлекательности товаров страны-производителя
 - в) привлечения иностранных инвестиций
 - г) все перечисленное
33. Эффективность дизайна туристской среды как средства повышения продаж турпродукта заключается:
- а) в увеличении себестоимости продукта
 - б) формировании модного образа
 - в) то, что область действия дизайна лежит в подсознании
 - г) уменьшение затрат на производство
34. Автоматизированная система управления финансами отеля предусматривает подсистемы:
- а) планирования и анализа затрат
 - б) составление финансового плана деятельности
 - в) операции при многовалютности денежных средств



г) контроль дебиторской задолженности

35. Какие из перечисленных инструментов используются для повышения качества продукции?

- а) построение схемы процесса
- б) контрольный листок
- в) диаграмма Парето
- г) все перечисленные

36. Выберите верное утверждение: В зависимости от масштабов, сферы и направленности своей деятельности, международные туристические организации классифицируются по следующим основным группам:

- а) мировые общего характера
- б) особые
- в) специализированные
- г) все перечисленное

37. Товары, которые имеют низкую долю рынка и не имеют возможностей роста, называются:

- а) товарами- «собаками»
- б) товарами- «звездами»
- в) товарами- «дойными коровами»
- г) товарами- «проблемами»

38. Туристско-гостиничный бизнес – это:

- а) система прикладных наук о туризме, туристское и гостинично-ресторанное обслуживание граждан
- б) гостиничное хозяйство, которое занимается обслуживанием туристов
- в) вид туристической услуги
- г) ни одно из указанного

39. Санаторно-курортные предприятия входят в состав:

- а) рекреационного комплекса
- б) гостиничного комплекса
- в) туристического комплекса
- г) иное

40. Доклад по глобальной конкурентоспособности (Global Competitiveness Report) ежегодно публикуется:

- а) Всемирным экономическим форумом
- б) Международным валютным фондом
- в) Всемирным банком
- г) ЮНВТО

41. Товары, которые являются рыночными лидерами и находятся, как правило, на пике своего продуктового цикла, называются:

- а) товарами- «собаками»



- б) товарами- «звездами»
- в) товарами- «дойными коровами»
- г) товарами- «проблемами»

42. Ассоциированными членами ЮНВТО считаются:

- а) государства, их правительственные учреждения
- б) территории, не имеют внешнеполитической самостоятельности
- в) международные и национальные организации, туристические ассоциации и компании, а также компании, связанные с туризмом
- г) другое

43. Основным фактором неодинаковой степени развития индустрии туризма в разных регионах государства следует считать:

- а) неодинаковую плотность демографического освоения территории
- б) неодинаковой индустриальный потенциал регионов
- в) неодинаковую ресурсную базу и туристическую разрекламированность регионов
- г) неодинаковое состояние сохранения в регионах территорий, пригодных для рекреационно-туристического освоения

44. Кластеры - это:

- а) подобные по размеру компании
- б) группы компаний и связанных с их деятельностью организаций, сконцентрированных географически
- в) компании, конкурирующие в отрасли, компании-поставщики
- г) другое

45. Выберите ошибочное утверждение: основными инструментами регулирования международной туристской деятельности являются:

- а) Всемирная декларация по правам человека (1948)
- б) Международный пакт об экономических, социальных и культурных правах (1966)
- в) Варшавская конвенция для унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок (1929)
- г) закон РФ «Об основах туристской деятельности» (1992)



2. Контрольные вопросы

Семестр 5:

1. Роль и значение индустрии туризма и гостеприимства в мировой экономике
2. Ресурсная база для развития индустрии туризма и гостеприимства
3. Инфраструктура индустрии туризма и гостеприимства
4. Индустрия туризма и гостеприимства в экономически развитых странах
5. Индустрия туризма и гостеприимства в развивающихся странах
6. Тенденции и перспективы развития индустрии туризма и гостеприимства в России
7. Виды хозяйствующих субъектов в индустрии туризма и гостеприимства
8. Имущественный комплекс предприятий индустрии туризма и гостеприимства
9. Источники формирования и развития имущественного комплекса предприятий индустрии туризма и гостеприимства
10. Трудовые ресурсы предприятий индустрии туризма и гостеприимства
11. Оценка затрат на формирование продукта и осуществление текущей хозяйственной деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства
12. Оценка результатов хозяйственной деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства
13. Инвестиционные проекты в туризме и гостеприимстве
14. Методика разработки инвестиционных проектов в туризме и гостеприимстве

Семестр 6:

15. Предприятия общественного питания и их роль в формировании туристского продукта
16. Организация производства на предприятиях общественного питания
17. Организация обслуживания туристов на предприятиях общественного питания
18. Современные тенденции развития сферы общественного питания за рубежом
19. Услуги перевозок в составе туристского продукта
20. Особенности организации перевозок туристов отдельными видами транспорта
21. Обоснование эффективности выбора вида транспорта при организации перевозок туристов
22. Специфика культурного туризма в России и за рубежом
23. Развитие культурно-познавательного туризма. Организация экскурсионного обслуживания
24. Развитие культурно-развлекательного туризма. Организация массовых зрелищных мероприятий
25. Деловой туризм как перспективное направление развития туризма в России и за рубежом
26. Экологический и агротуризм и их роль в развитии сельских территорий
27. Оздоровительный туризм и ресурсы для его развития
28. Активный туризм и специфика его развития

Семестр 7:



29. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства за рубежом
30. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России на федеральном уровне
31. Государственное регулирование индустрии туризма и гостеприимства в России на региональном уровне. Туристские кластеры
32. Мониторинг как инструмент регулирования развития индустрии туризма и гостеприимства
33. Определение конъюнктуры рынков туристских, гостиничных и сопутствующих услуг
34. Комплексное исследование потребителей услуг индустрии туризма и гостеприимства
35. Комплексное исследование производителей услуг индустрии туризма и гостеприимства
36. Прогнозы как инструменты планирования развития индустрии туризма и гостеприимства
37. Определение индикаторов развития индустрии туризма и гостеприимства
38. Выявление новых направлений развития индустрии туризма и гостеприимства
39. Общие подходы к разработке и реализации целевых программ
40. Федеральные и региональные целевые программы развития индустрии туризма и гостеприимства
41. Методика разработки целевых программ в индустрии туризма
42. Методика разработки целевых программ в индустрии гостеприимства



3. Типовые практические задания

3.1. Семинарские занятия (отчетный семинар), предполагающие подготовку и презентацию доклада на заданную тему.

Примеры тем:

1. К чему приводит развитие туризма: сохранению или разрушению памятников Всемирного наследия?
2. Должен ли туризм в России стать локомотивной отраслью национальной экономики?
3. Экстремальные виды туристских перевозок.
4. Нужен ли в РФ закон о социальном туризме?
5. Дискуссия о целесообразности создания в РФ профильного министерства туризма.
6. Противоречивость ситуации: необходимость обслуживания аномального числа людей в небольших районах.
7. Развитие рекреации в том или ином регионе – один из путей освоения территории, преобразования ее природы.
8. Рекреационное освоение – альтернатива промышленному или сельскохозяйственному освоению и часть процесса социо-культурного преобразования территорий в пределах единого пространства СКС.
9. Экологический кризис в рекреационном районе. Его социо-культурный смысл.
10. Текущие экологические проблемы рекреационных районов как часть общих социо-культурных проблем.
11. Искусственная рекреационная среда и ее сохранение: на примере тематических парков.
12. Концепция устойчивого развития современного туризма.
13. Возможность управления воздействием туризма на природные туристские ресурсы и выгоды от экотуризма.
14. Составляющие туристской индустрии.
15. Виды предпринимательской деятельности в туризме.
16. Типы и виды средств размещения. Классификация гостиниц. Основные параметры в системах классификации гостиниц.
17. Способы управления гостиницами. Гостиничные цепи и корпорации. Тенденции развития гостиничного бизнеса в РФ и мире.
18. Страхование. Банковские и финансовые услуги. Информационные услуги в туризме и гостеприимстве.
19. Организация услуг питания. Виды и типы обслуживания. Основные требования к организации питания.
20. Международная классификация средств транспорта. Морской, воздушный, сухопутный транспорт. Система скидок и льгот. Трансфер.
21. Современная модель туристской индустрии. Индустрия досуга и индустрия гостеприимства.
22. Транспорт и его роль в туристском бизнесе. Организация перевозок туристов сухопутными видами транспорта.
23. Организация перевозок туристов воздушным транспортом.
24. Особенности организации морских и речных круизов и путешествий.
25. Мировой гостиничный комплекс и особенности его организации. Гостиничные цепи.
26. Особенности, модели организации и предприятия гостиничной индустрии.



27. Услуги питания в туристском бизнесе.

3.2. Контрольные практические задания

Примеры заданий:

1. Основные классификации хозяйствующих субъектов в индустрии туризма и гостеприимства.
2. Выручка от реализации услуг гостиничного предприятия составляет 1360852,3 тыс. рублей; стоимость основных производственных фондов гостиницы – 360113 тыс. рублей. Определить отдачу основных производственных фондов. Как изменится фондоотдача при увеличении выручки предприятия на 11%, а стоимости основных производственных фондов на 13%?
3. Перечислите основные целевые индикаторы развития туризма и гостеприимства на современном этапе.
4. Используя метод экстраполяции, построить прогноз хозяйственного оборота туристского предприятия на 20__ гг. (Данные по хозяйственному обороту предприятия для построения прогноза: 2009 год – 56700 д.е.; 2010 год – 62340 д.е.; 2011 год – 68900 д.е.; 2012 год – 74500 д.е.; 2013 год – 80100 д.е.).

3.3. Защиты групповых проектов на заданные темы

Примеры тем:

1. Разработка и внедрение новых туристских продуктов для детей и подростков.
2. Развития активного туризма в субъекте РФ (по вариантам).
3. Город Королев как центр научно-делового туризма Подмосковья.

3.4. Презентация индивидуальных заданий и исследований по заданным темам

Примеры тем:

1. Обоснование необходимости и возможности организации питания в гостинице по системе «шведский стол»
2. Паломнический и культурно-религиозный туризм – две ветви одного целого?
3. Исследование потребительских предпочтений туристов относительно организации и проведения экскурсий в центральных регионах России.
4. Специфика услуг индустрии туризма и гостеприимства.
5. Особенности организации внутренних и международных автобусных туров.
6. Формы взаимодействия туристских фирм и авиакомпаний.
7. Специальные туристско-экскурсионные поезда и опыт их использования.
8. Круизный бизнес на мировом и российском туристских рынках.



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»**

СМК РГУТиС

9. Средства размещения и интеграционные процессы в сфере гостеприимства.
10. Системы классификации предприятий размещения туристов.
11. Ресторанный бизнес в системе туристской индустрии. Классификация и виды предприятий питания в туристском бизнесе.