

Кафедра маркетинга и сервиса

“ ” _____ Г.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 43.03.02 Туризм

ФГОС введен в действие приказом №1463 от 14.12.2015 г. , дата утверждения: 19.01.2016 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, вариативная, по выбору студента

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 43.03.02 Туризм

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

МиС, протокол заседания кафедры №8 от 20.06.2017

Утверждена на совете факультета бизнеса, протокол № 6 от 21.06.2017

Программу разработал:

доцент, к.э.н. Владыкина Ю. О.

Заведующий кафедрой:

доцент, к.э.н. Цой М. Е.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Цой М. Е.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Компетенция ФГОС: ОК.2 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах; в части следующих результатов обучения:	
32. знать основные категории, закономерности и принципы развития экономических процессов на макро- и микроэкономическом уровне	
у4. уметь оценивать управление предприятием с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения	
Компетенция ФГОС: ОПК.1 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по объекту туристского продукта; в части следующих результатов обучения:	
33. знать методы и источники сбора информации по объектам туризма	
у4. уметь ставить цели и задачи и решать их, используя актуальную информацию	
Компетенция ФГОС: ПК.7 способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг; в части следующих результатов обучения:	
33. знать тенденции развития туристского рынка	
Компетенция ФГОС: ПК.9 готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов; в части следующих результатов обучения:	
35. знать основные виды стратегий в туристской и гостиничной сфере	

2. Требования НГТУ к результатам освоения дисциплины

Таблица 2.1

Результаты изучения дисциплины по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)	Формы организации занятий
<i>Стратегия развития туриндустрии</i>	
ОПК.1.33 знать методы и источники сбора информации по объектам туризма	
1. знать методы и источники сбора информации по объектам туризма	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОПК.1.у4 уметь ставить цели и задачи и решать их, используя актуальную информацию	
2. уметь ставить цели и задачи и решать их, используя актуальную информацию	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОК.2.32 знать основные категории, закономерности и принципы развития экономических процессов на макро- и микроэкономическом уровне	
3. знать основные категории, закономерности и принципы развития экономических процессов на макро- и микроэкономическом уровне, процессы	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ОК.2.у4 уметь оценивать управление предприятием с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения	
4. уметь оценивать управление предприятием с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ПК.9.35 знать основные виды стратегий в туристской и гостиничной сфере	
5. знать основные виды стратегий в туристской и гостиничной сфере	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ПК.7.33 знать тенденции развития туристского рынка	
6. знать тенденции развития туристского рынка	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура учебной дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 7				
Дидактическая единица: Сущность стратегического развития индустрии				
1. Теоретические основы стратегического развития	0	2	1, 3	1. Особенности и тенденции стратегического формирования туристской индустрии 2. Территориальные особенности формирования туристской индустрии Во время занятий слушатель: - анализирует схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем, образующихся в туризме; - приводит примеры, задает вопросы
2. Сущность стратегии и стратегического развития. Процесс разработки стратегии	0	4	1, 3	1. Этапы и методики формирования туристских стратегий 2. Типизация стратегических планов о формировании туристской индустрии в дестинации Во время занятий студент: - анализирует схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, - приводит примеры, задает вопросы и т.д.

3. Стратегический разрыв и анализ потенциала индустрии	0	2	1, 3	1. Туристский реестр как начальный этап туристского стратегирования 2. Оценка туристского потенциала в процессе стратегического планирования Во время занятий студент: - анализирует схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, - приводит примеры, задает вопросы и т.д.
Дидактическая единица: Исследование внешней среды стратегических изменений				
1. Анализ методов исследования внешней среды	0	4	3, 5, 6	1. Особенности анализа и оценки внешней и внутренней среды 2. Формирование туристской индустрии Во время занятий студент: - анализирует схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, - приводит примеры, задает вопросы и т.д.
2. Конъюнктура рынка. Группы показателей оценки конъюнктуры рынка	0	4	3, 4, 6	1. Особенности формирования туристских сегментов 2. Формирование показателей для оценки потенциального рынка Во время занятий студент: - анализирует схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, - приводит примеры, задает вопросы и т.д.

3. Анализ макросреды, PEST – анализ	2	2	2, 4	1. Влияние внешней среды на формирование туристского рынка 2. Совокупный анализ внешних и внутренних факторов для формирования туристской индустрии Во время занятий студент: - анализирует схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, - приводит примеры, задает вопросы и т.д.
-------------------------------------	---	---	------	--

Дидактическая единица: Бизнес-стратегии компаний туристической индустрии

1. Бизнес-стратегии компаний туристической индустрии	2	4	3, 4	1. Компании-участники туристической индустрии 2. Формирование бизнес-стратегий для организаций туристической индустрии Во время занятий студент: - анализирует схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, - приводит примеры, задает вопросы и т.д.
--	---	---	------	---

2. Особенности разработки и применения функциональных стратегий	0	2	2, 4, 5	1. Виды и направления стратегий туриндустрии 2. Применение различных стратегий в различных туристских дестинациях Во время занятий студент: - анализирует схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, - приводит примеры, задает вопросы и т.д.
Дидактическая единица: Стратегическое планирование и управление в туриндустрии				
1. Стратегическое планирование на уровне индустрии	0	6	3, 6	1. Взаимодействие факторов территориального развития с общим планированием туризма 2. Туристские дестинации в общем планировании туристской индустрии Во время занятий студент: - анализирует схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, - приводит примеры, задает вопросы и т.д.

2. Стратегическое управление	2	6	2, 5, 6	1. Стратегическое управление проектами в туристской индустрии, опыт российских территорий 2. Особенности территориального управления в туристской индустрии Во время занятий студент: - анализирует схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, - приводит примеры, задает вопросы и т.д.
------------------------------	---	---	---------	--

Таблица 3.2

Темы практических занятий	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 7				
Дидактическая единица: Сущность стратегического развития индустрии				
1. Практическая работа: Прогнозирование рынка туристических услуг	2	4	2, 3, 5	Во время занятий студент: - рассматривает схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, в рассматриваемом регионе; - приводит примеры, задает вопросы и т.д.
Дидактическая единица: Бизнес-стратегии компаний туристической индустрии				

1. Портфельные стратегии в планировании турбизнеса	2	2	1, 2, 4	Во время занятий студент: - рассматривает схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, в рассматриваемом регионе; - приводит примеры, задает вопросы и т.д.
2. Стратегии роста в региональном планировании туризма	2	2	3, 5, 6	Во время занятий студент: - рассматривает схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, в рассматриваемом регионе; - приводит примеры, задает вопросы и т.д.
3. Конкурентные стратегии в региональном туристском планировании	2	4	3, 6	Во время занятий студент: - рассматривает схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, в рассматриваемом регионе; - приводит примеры, задает вопросы и т.д.
Дидактическая единица: Стратегическое планирование и управление в туристской индустрии				

1. Рассмотрение и анализ Стратегии развития туристической индустрии до 2020 г.	2	2	1, 5, 6	Во время занятий студент: - рассматривает схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, в рассматриваемом регионе; - приводит примеры, задает вопросы и т.д.
2. Прогнозирование рынка туристических услуг	2	4	3	Во время занятий студент: - рассматривает схемы взаимодействия региональных и федеральных способов управления и взаимодействия в туризме; - отвечает на вопросы, предложенные преподавателем; - анализирует различные типы социально-экономических систем туризма, в рассматриваемом регионе; - приводит примеры, задает вопросы и т.д.

4. Самостоятельная работа обучающегося

№	Виды самостоятельной работы	Ссылки на результаты обучения	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 7				
1	РГЗ	1, 5, 6	10	1
: Титова Н. А. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Н. А. Титова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215555 . - Загл. с экрана. Стародубцева О. А. Методические указания и тематика курсовых работ по дисциплине «Стратегический менеджмент» [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О. А. Стародубцева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000213883 . - Загл. с экрана. Паршукова Г. Б. Коммуникационная стратегия региона [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления 031600 Реклама и связи с общественностью] / Г. Б. Паршукова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196472 . - Загл. с экрана.				
2	Подготовка к занятиям	1, 2, 3, 4, 5, 6	19	0

: Титова Н. А. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Н. А. Титова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215555. - Загл. с экрана. Стародубцева О. А. Методические указания и тематика курсовых работ по дисциплине «Стратегический менеджмент» [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О. А. Стародубцева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000213883. - Загл. с экрана. Паршукова Г. Б. Коммуникационная стратегия региона [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления 031600 Реклама и связи с общественностью] / Г. Б. Паршукова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196472. - Загл. с экрана.

3	Подготовка к аттестации	1, 2, 3, 4, 5, 6	18	4
---	-------------------------	------------------	----	---

: Титова Н. А. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Н. А. Титова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215555. - Загл. с экрана. Стародубцева О. А. Методические указания и тематика курсовых работ по дисциплине «Стратегический менеджмент» [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О. А. Стародубцева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000213883. - Загл. с экрана. Паршукова Г. Б. Коммуникационная стратегия региона [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления 031600 Реклама и связи с общественностью] / Г. Б. Паршукова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196472. - Загл. с экрана.

5. Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	Портал НГТУ
Консультирование	e-mail; Социальные сети
Размещение учебных материалов	Среда электронного обучения НГТУ

Таблица 5.2

Активные и интерактивные формы проведения занятий

№	Наименование активных форм
1	Кейс-стади
Краткое описание применения: Во время занятий студент получает индивидуальное ситуационное задание; анализирует возможные модели и схемы развития ситуаций; анализирует различные типы внешних и внутренних уровней взаимодействия; делает выводы, аргументирует свою точку зрения.	

6. Правила аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS.

Краткая информация о БРС приведена в табл. 6.1.

Таблица 6.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Мин. балл	Максимальный балл
Семестр: 7		
Подготовка к занятиям:	5	10
Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Стародубцева О. А. Методические указания и тематика курсовых работ по дисциплине «Стратегический менеджмент» [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О. А. Стародубцева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000213883 . - Загл. с экрана."		
Лекция:	5	10
Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Титова Н. А. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Н. А. Титова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215555 . - Загл. с экрана."		
Практические занятия:	10	20
Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Стародубцева О. А. Методические указания и тематика курсовых работ по дисциплине «Стратегический менеджмент» [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О. А. Стародубцева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000213883 . - Загл. с экрана."		
РГЗ:	20	40
Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Титова Н. А. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Н. А. Титова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215555 . - Загл. с экрана."		
Зачет:	10	20
Контролирующие материалы (список вопросов) приводятся в "Титова Н. А. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Н. А. Титова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215555 . - Загл. с экрана."		

В таблице 6.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 6.2

Коды компетенций ФГОС	Результаты обучения	Формы контроля		
		Защита РГЗ	Зачет	Прочее
ОК.2	32. знать основные категории, закономерности и принципы развития экономических процессов на макро- и микроэкономическом уровне	+	+	
	у4. уметь оценивать управление предприятием с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения		+	
ОПК.1	33. знать методы и источники сбора информации по объектам туризма	+	+	+
	у4. уметь ставить цели и задачи и решать их, используя актуальную информацию	+	+	
ПК.7	33. знать тенденции развития туристского рынка		+	
ПК.9	35. знать основные виды стратегий в туристской и гостиничной сфере	+	+	

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

7. Литература

Основная литература

1. Джанджугазова Е. А. Маркетинг туристских территорий : [учебное пособие по направлению - Туризм] / Е. А. Джанджугазова. - М., 2008. - 221, [2] с. : табл.
2. Титова Н. А. Стратегический маркетинг [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / Н. А. Титова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000215555. - Загл. с экрана.
3. Аакер Д. А. Стратегическое рыночное управление / Дэвид Аакер ; [пер. с англ. Е. Виноградовой под ред. С. Г. Божук]. - СПб. [и др.], 2011. - 495 с. : табл.

4. Карпова С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; под общ. ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. - Москва, 2014. - 438, [1] с. : ил.

Дополнительная литература

1. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления / В. А. Квартальнов. - М., 2000. - 490 с.
2. Баумгартен Л. В. Стратегический менеджмент в туризме : практикум: учебное пособие по специальностям "Менеджмент", "Менеджмент организации", "Экономика и управление на предприятиях туризма и гостиничного хозяйства", "Социально-культурный сервис и туризм" / Л. В. Баумгартен. - М., 2006. - 175, [1] с. : табл.
3. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. - М., 2002. - 447 с. : ил., табл.
4. Портер М. Международная конкуренция : Конкретные преимущества стран: Пер. с англ.. - М., 1993. - 896 с.
5. Паршукова Г. Б. Коммуникационная стратегия региона [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс [для бакалавров направления 031600 Реклама и связи с общественностью] / Г. Б. Паршукова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2014]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000196472. - Загл. с экрана.

Интернет-ресурсы

1. ЭБС НГТУ : <http://elibrary.nstu.ru/>
2. ЭБС «Издательство Лань» : <https://e.lanbook.com/>
3. ЭБС IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru/>
4. ЭБС "Znanium.com" : <http://znanium.com/>
5. :

8. Методическое и программное обеспечение

8.1 Методическое обеспечение

1. Стародубцева О. А. Методические указания и тематика курсовых работ по дисциплине «Стратегический менеджмент» [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / О. А. Стародубцева ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2015]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000213883. - Загл. с экрана.

8.2 Специализированное программное обеспечение

- 1 Microsoft Windows
- 2 Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение

Презентационное оборудование

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	Используется при проведении лекций и семинарских занятий

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра маркетинга и сервиса

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФБ
д.э.н., профессор М.В. Хайруллина
“ ” _____ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегия развития туристической индустрии

Образовательная программа: 43.03.02 Туризм, профиль: Организация и технология
туроператорской и турагентской деятельности

1. Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины

Обобщенная структура фонда оценочных средств по дисциплине Стратегия развития туриндустрии приведена в Таблице.

Таблица

Формируемые компетенции	Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)	Темы	Этапы оценки компетенций	
			Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.)	Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)
ОК.2 способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах	з2. знать основные категории, закономерности и принципы развития экономических процессов на макро- и микроэкономическом уровне	Теоретические основы стратегического развития Анализ методов исследования внешней среды Бизнес-стратегии компаний туриндустрии Конъюнктура рынка. Группы показателей оценки конъюнктуры рынка Практическая работа: Прогнозирование рынка туристических услуг Прогнозирование рынка туристических услуг Стратегии роста в региональном планировании туризма Стратегический разрыв и анализ потенциала индустрии Стратегическое планирование на уровне индустрии Сущность стратегии и стратегического развития. Процесс разработки стратегии	РГР, разделы 1,2	Зачет, вопросы 1-15
ОК.2	у4. уметь оценивать управление предприятием с позиции внутреннего состояния и внешнего окружения	Анализ макросреды, PEST – анализ Бизнес-стратегии компаний туриндустрии Конъюнктура рынка. Группы показателей оценки конъюнктуры рынка Особенности разработки и применения функциональных стратегий		Зачет, вопросы, 5-8,14,27
ОПК.1 способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности, использовать различные источники информации по	з3. знать методы и источники сбора информации по объектам туризма	Рассмотрение и анализ Стратегии развития туристической индустрии до 2020 г. Теоретические основы стратегического развития Стратегический разрыв и анализ потенциала индустрии Сущность стратегии и стратегического развития. Процесс разработки стратегии	РГР, разделы 4,5	Зачет, вопросы 12-24

объекту туристского продукта				
ОПК.1	у4. уметь ставить цели и задачи и решать их, используя актуальную информацию	Анализ макросреды, PEST – анализ Особенности разработки и применения функциональных стратегий Практическая работа: Прогнозирование рынка туристических услуг Стратегическое управление	РГЗ, разделы 3,4,5	Зачет, вопросы 24-28
ПК.7/НИ способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг	з3. знать тенденции развития туристского рынка	Анализ методов исследования внешней среды Конъюнктура рынка. Группы показателей оценки конъюнктуры рынка Стратегическое планирование на уровне индустрии Стратегическое управление		Зачет, вопросы 12-28
ПК.9/НИ готовность к применению инновационных технологий в туристской деятельности и новых форм обслуживания потребителей и (или) туристов	з5. знать основные виды стратегий в туристской и гостиничной сфере	Анализ методов исследования внешней среды Особенности разработки и применения функциональных стратегий Стратегии роста в региональном планировании туризма Стратегическое управление	РГЗ, раздел 5.	Зачет, вопросы 1-11

2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по **дисциплине** проводится в 7 семестре - в форме зачета, который направлен на оценку сформированности компетенций ОК.2, ОПК.1, ПК.7/НИ, ПК.9/НИ.

Зачет проводится в устной форме, по билетам, варианты теста составляются из вопросов, приведенных в паспорте зачета, позволяющих оценить показатели сформированности соответствующих компетенций

Промежуточная аттестация по **дисциплине** проводится в 7 семестре - в форме экзамена, который направлен на оценку сформированности компетенций ОК.2, ОПК.1, ПК.7/НИ, ПК.9/НИ.

Экзамен проводится в устной форме, по списку вопросов, приведенных в паспорте экзамена.

Кроме того, сформированность компетенций проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

В 7 семестре обязательным этапом текущей аттестации является РГР. Требования к выполнению курсовой работы, состав и правила оценки сформулированы в паспорте курсовой работы.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе учебной дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенций ОК.2, ОПК.1, ПК.7/НИ, ПК.9/НИ, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

Общая характеристика уровней освоения компетенций.

Ниже порогового. Уровень освоения теоретического материала и письменных работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое знание курса носит фрагментарный характер, не имеющий отношения к реальной ситуации рынка и методов обслуживания на нем, Необходимые практические навыки работы с материалом освоены слабо, студент не владеет основами нормативных документов, относящихся к сервисным процессам, большинство учебных заданий не

выполнены или выполнены с существенными ошибками.

Пороговый. Уровень освоения материала и выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, студент имеет представление об официальной документации, регламентирующей указанную деятельность. Большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Базовый. Уровень освоения дисциплины и выполнения письменных работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом и существующей нормативной базой сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Продвинутый. Уровень освоения дисциплины и выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, студент свободно ориентируется в рыночной ситуации и оперирует необходимой нормативной базой, относящейся к предмету. Все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Паспорт зачета

по дисциплине «Стратегия развития туриндустрии», 7 семестр

1. Методика оценки

Зачет проводится в устной форме, по билетам. Билет формируется из списка вопросов, приведенных ниже. В ходе зачета преподаватель вправе задавать студенту дополнительные вопросы из общего перечня (п. 4).

Форма зачетного билета

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет ФБ

Билет № _____

к зачету по дисциплине «Стратегия развития туриндустрии»

1. Региональный мониторинг развития туризма: способы, критерии, особенности проведения, ссылки на официальные источники.
2. Сущность планирования и его роль в развитии туризма и гостиничного хозяйства. Объяснить на примере конкретно взятого региона.

Утверждаю: зав. кафедрой _____ должность, ФИО
(подпись) (дата)

2. Критерии оценки

- Ответ засчитывается на **пороговом** уровне, если студент перечисляет основные критерии и условия, описанные в задании, без собственных комментариев и примеров, однако имеет представление о том, что говорит, оценка составляет 20 баллов
- Ответ засчитывается на **базовом** уровне, если студент называя все необходимые термины, понятия и определения к поставленному вопросу способен приводить примеры и оперировать какими-либо данными из литературы и официальных сайтов оценка составляет 30 баллов
- Ответ засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент, описывая ситуацию в поставленном задании, уверенно владеет всеми необходимыми терминами, понятиями, критериям и определениями, может приводить примеры и проводить

на них сравнительный анализ и понимать особенности развития туристских территорий и дестинаций различного уровня формирования, в зависимости от региональной значимости туристского продукта, оценка составляет 40 баллов

Зачет считается сданным, если средняя сумма баллов по всем заданиям составляет не менее 20 баллов, с учетом набранных в семестре баллов составляет не менее 50 баллов. Если студент в течение семестра набирает максимальное количество баллов (60 баллов), общая максимальная оценка может составлять 100 баллов. Коэффициент, с которым учитывается полученная сумма баллов в общей оценке по дисциплине, определяется Правилами аттестации.

3. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине баллы за зачет учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. Вопросы к экзамену по дисциплине «Стратегия развития туристской индустрии»

- Сущностные характеристики туризма как системы и объекта
- планирования
- Аттракторы как ядро планирования развития туризма в регионе
- Особенности взаимодействия сферы туризма с экономикой региона
- Анализ и структуризация факторов развития туризма
- Сущность планирования и его роль в развитии туризма и гостиничного хозяйства
- Виды планирования
- Принципы планирования и их взаимосвязь
- Методы планирования
- Неопределенность и риски в планировании и прогнозировании развития туризма в регионе
- Стратегическое планирование как процесс
- Стратегическое планирование развития туризма и его место в системе регионального управления
- Анализ состояния стратегического планирования развития туризма в регионах России
- Региональный мониторинг развития туризма
- Современные тенденции развития туризма и гостиничного хозяйства
- в регионах и проблемы воспроизводства туристской
- инфраструктуры
- Концепция воспроизводственных процессов в туризме
- Плановый подход к выявлению и структуризации туристских ресурсов
- Системный подход к целевому формированию и использованию туристских потенциалов региона
- Кадастр туристских ресурсов как основа планирования устойчивого развития туризма в регионе
- Ресурсное обеспечение развития гостиничного хозяйства
- Планирование кадрового обеспечения развития туризма в регионе
- Программно-целевой подход в обосновании перспектив развития
- туризма в регионе
- Структура и содержание целевых программ развития туризма

- Опыт разработки программ развития туризма
- Совершенствование институциональных основ как необходимое условие повышения эффективности принятия управленческих решений
- Методы оценки эффективности принятия решений в планировании развития туризма в регионе
- Методические подходы к структуризации оценочных показателей развития туризма в социально-экономическом плане развития региона
- Содержание поэтапного плана развития туризма
- Особенности определения ожидаемого экономического эффекта от затраченных средств на развитие международного туризма

Паспорт расчетно-графической работы

по дисциплине «Стратегия развития туриндустрии», 7 семестр

1. Методика оценки

Цель РГР – закрепить теоретические знания студентов в отношении особенностей, типов и направлений стратегического развития туриндустрии в регионах России. Иметь представление о взаимосвязи инфраструктурных компонент туристской индустрии и их влиянии на формирование туристского продукта территории.

РГР является оригинальной самостоятельной работой студента университета. Выполнение данной работы предполагает умение изучать и перерабатывать основную учебную и дополнительную литературу, интернет источники и, при необходимости, нормативные документы в рамках вопросов изучаемой дисциплины, связанных со стратегическим планированием туристской индустрии.

Структура курсовой работы должна выглядеть следующим образом:

Титульный лист

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ (1 стр.)

Задание 1

Задание 2

Задание 3

Задание 4

Задание 5

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

Для написания РГР студент самостоятельно изучает теоретические вопросы и делает по ним собственные выводы, основываясь на статистических данных, доступных на интернет-ресурсах общего пользования. Варианты теоретических вопросов для защиты РГР приведены в п.5 .

РГР выполняется по одной из 89-ти возможных тем (по количеству субъектов Российской Федерации), указанным ниже. Выполняется письменно (см. указания к оформлению) и сдается преподавателю в установленный срок.

****Например:**

Тема 1. Изучение особенностей формирования туристских дестинаций на российском рынке (на примере....*).

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

Обосновать актуальность изучаемой темы в контексте современной ситуации российского туристского рынка со ссылками на соответствующую литературу и статистические материалы.

Задание 1. Мониторинг активности туристского рынка региона (дестинации)

В этой части необходимо изучить интернет-источники, сравнить, сопоставить и сделать собственные выводы относительно активности туристских операторов туристских ассоциаций региона внутри региона и в России.

Задание 2 Найти max и min стоимость на рынке туристских предложений

В этой части необходимо проанализировать среднюю стоимость туристского продукта, его максимальный и минимальный уровень, сравнить со среднероссийским в своем сегменте. Постараться оценить степень влияния местной туристской администрации на формирование и популяризацию внутреннего турпродукта дестинации.

Задание 3 Изучить ценовое предложение турпродукта на конкурентном региональном рынке.

Изучить ценовое предложение соседних регионов, проанализировать ассортимент туристского предложения и прокомментировать активность распространения регионального предложения на территории региона, в том числе при помощи местных туристских ассоциаций.

Задание 4 Изучение потребительской активности на туристском рынке

Изучить данные официальных статистических порталов в отношении динамики туристского потока в регионе и сделать собственные выводы относительно результатов распространения туристского продукта дестинации на увеличение\снижение средней загрузки средств размещения и др.

Задание 5 Изучить стратегию развития туристского региона (дестинации) и сопоставить существующие предложения с планируемыми.

Подробно изучить региональный документ о развитии туризма (Паспорт, Стратегия и т.д.), сделать собственные выводы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сделать расширенный вывод относительно планомерности развития туристской индустрии в регионе. Предложить собственные комментарии относительно методов и стратегических подходов к формированию туристской индустрии в регионе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

В этой части указываются все информационные источники, использованные в процессе работы над курсовой работой: Федеральные законы и ГОСТы, положения и подзаконные акты, другая нормативная документация; учебная и научная литература, монографии, статьи и пр; периодические издания бумажного и электронного формата; информационно-справочные материалы, интернет-источники.

ПРИЛОЖЕНИЯ

В этой части необходимо поместить все справочные и статистические, а также документационные материалы, использованные для работы, но не помещенные в основной текст (в виде таблиц, рисунков, скрин-шотов и т.д.).

**выбор направления (региона) исследования осуществляется студентом, согласуется с преподавателем и должен быть ориентирован на дестинации формирующегося внутреннего рынка России.*

ОФОРМЛЕНИЕ КУРСОВОЙ РГР

Оформление РГР. К оформлению курсовой работы предъявляются следующие требования. Законченная РГР должна быть выполнена на компьютере. Объем 25-30 страниц текста, напечатанного через 1,5 интервала. Шрифт Times New Roman, кегль 14.

Формат бумаги для РГР унифицирован. Бумага должна быть белого цвета и установленного формата листа А4.

Текст РГР пишется на одной стороне листа и располагается таким образом, чтобы его ограничивали поля: с левой стороны текста шириной 3 см (для подшивки); с правой стороны – 1 см, от верхней кромки листа до первой строки текста – 2 см, а внизу страницы, от последней строки текста до кромки листа – 2 см.

Стиль изложения материала РГР должен быть четким, ясным, грамотным. Простота и доступность изложения содержания темы являются важным достоинством РГР и свидетельствуют о владении автором материалом исследования.

Ссылки являются обязательным элементом любой учебной и научной работы. Они сообщают читателю точные сведения о заимствованиях автором из источников. Студент обязан сопровождать ссылками не только цитаты, но и любое заимствование из правовых и нормативных актов, положений специальной литературы или статистических сборников и справочников, цифровой материал. Наличие ссылок на источники свидетельствует о

научной добросовестности студента. Действующими в настоящее время стандартами по оформлению ссылок на литературные источники рекомендуется в тексте указывать в квадратных скобках порядковый номер источника и страницу источника по списку использованной литературы, который приводится в конце работы. Цитата в тексте приводится в кавычках, а после нее в скобках указывается источник с указанием страницы, например, [32, с. 3]. Сам этот источник с полным наименованием, указанием автора опубликованной работы должен быть в списке использованной литературы и иметь порядковый номер. Такой порядок оформления ссылок на источник позволяет избежать повторения названий источников при многократном их использовании в тексте работы. Если дается свободный пересказ принципиальных положений тех или иных авторов, то достаточно указать в скобках, после изложения позаимствованных положений, номер источника по списку использованной литературы без указания номера страницы.

Нумерация страниц, составляющих РГР, начиная с титульного листа, приводится сплошной. При этом титульный лист и содержание считаются, но не нумеруются. Нумерация начиная с введения, т.е. с третьей страницы. Номера страниц проставляются по центру в нижней части страницы.

Титульный лист имеет единую форму и представлен в приложении А.

Содержание. В нем последовательно указываются наименования частей РГР: введение; названия глав и входящих в них параграфов; заключение; список использованной литературы; приложения. Против каждого наименования частей работы в правой стороне листа указывается номер страницы, с которой начинается данная часть. Перед названием глав и параграфов пишутся их номера. Пример оформления **СОДЕРЖАНИЯ** приведен в приложении Б.

Текст работы по главам и параграфам размещается таким образом, чтобы каждая глава начиналась с новой страницы (листа). Названия глав печатаются заглавными буквами, параграфов – строчными; точки в конце названий глав и параграфов не ставятся. Текст параграфов в пределах главы идет сразу после конца предыдущего параграфа.

Заголовки. Для лучшего восприятия текст разбивается на главы и параграфы. Главы и параграфы должны иметь заголовки, четко и кратко отражающие их содержание. Главы в РГР нумеруются по порядку арабскими цифрами.

Параграфы нумеруются в пределах каждой главы и их номера состоят из номера главы и номера параграфа данной главы, отделенного от номера главы точкой. Введение, заключение, список использованной литературы не нумеруются.

Заголовки глав следует располагать посередине строки без точки в конце и без переносов, печатать заглавными буквами, не подчеркивать, использовать жирное

начертание. Заголовки параграфов следует располагать по центру без точки в конце и переносов, печатать строчными буквами, использовать жирное начертание.

Расстояние между названием главы и параграфа – два полупериода. Расстояние между названием параграфа и основным текстом – один полупериод. Расстояние между **ВВЕДЕНИЕМ, ЗАКЛЮЧЕНИЕМ, СПИСКОМ ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ** и тестом – два полупериода.

Готовая работа защищается в виде доклада с презентацией.

*Например:

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

2.1. Исследование туристских достопримечательностей региона

Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст ТекстТекст Текст Текст Текст
Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст
Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст Текст.

Таблицы. Размещение таблиц зависит от их объема. Громоздкие таблицы должны быть вынесены в приложения. В текст работы могут вводиться небольшие таблицы. При этом важно, чтобы таблица органически была связана с текстом. Каждая таблица должна иметь порядковый номер и тематический заголовок. На одной строке, слева направо пишется слово **Таблица**, ставится ее номер, затем тире и название таблицы с заглавной буквы. Используется сквозная нумерация таблиц по всему тексту РГР.

На каждую таблицу необходима ссылка в тексте, например: данные объемов продаж (табл. 1) свидетельствуют, что.....

Если таблица занимает более одной страницы, над ее продолжением сверху слева ставится **Продолжение таблицы 1**, если таблица заканчивается также сверху слева – **Окончание таблицы 1**. В этом случае вместо заголовков граф переносят строку с номерами столбцов. Внутри таблицы допускается 12 шрифт и одинарный интервал.

Например:

Таблица 1 – Анализ развития туристской индустрии в регионе (указать регион)

№	Период начала формирования туристских организаций	Наименование, цели	Туристский поток в регионе, чел.	Период пре РГРашения турдеятельности	Современный турпоток на территории, чел.
1.	20-е гг. XX столетия	Конно-спортивное ориентирвоание, клубы туристов-велосипедистов		1917-1929 1941-1945 1991-2003	
	И т.д.				

Наличие диаграмм, графиков и схем способствует наглядности рассматриваемых положений, облегчает восприятие текста, повышает культуру изложения и позволяет в лаконичной форме отразить полноту знаний студента по исследуемому вопросу. При выполнении графического материала обязательными являются требования аккуратности и лаконизма в выборе средств и цветов оформления иллюстраций.

Нумерация рисунков сквозная по всей работе. Номер и наименование рисунка оформляются под рисунком и выравниваются по центру строки. В тексте на иллюстрацию делается ссылки либо в круглых скобках (рис.1), либо в виде оборота типа «... как видно на рис. 1», или «...как это видно из рис.1». Пример оформления рисунка:



Рисунок 1 – Формирование туристского кластера на территории республики Алтай

Приложения состоят из таблиц, но могут включать формы отчетности, схемы большого формата, сценарии мероприятия. Приложения подшиваются строго в той последовательности, в какой они рассматриваются в тексте работы. Каждое приложение должно иметь название, раскрывающее его содержание.

Каждое приложение должно начинаться с новой страницы с указанием в правом верхнем углу слова **ПРИЛОЖЕНИЕ** и иметь тематический заголовок, который (заголовок) пишется в центре заглавными жирными буквами. Если приложений несколько, то они обозначаются заглавными буквами, например, **ПРИЛОЖЕНИЕ А**,

ПРИЛОЖЕНИЕ Б и т.д. Если приложение продолжается на следующей странице, то необходимо в правом верхнем углу написать **ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ А**, а если заканчивается, то **ОКОНЧАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ А**.

Связь основного текста с приложениями осуществляется через ссылки, которые употребляются со словом «смотри». Оно обычно сокращается и заключается вместе в круглые скобки по форме (см. приложение А).

Приложения обозначаются заглавными буквами русского алфавита, начиная с А (за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ приводится после основной части работы.

Все использованные литературные источники располагаются по алфавиту фамилий авторов или заглавий.

Источники на иностранном языке обычно размещают по алфавиту после перечня всех источников на русском языке.

Примеры:

1. ГОСТ Р 50681-2010 - Туристские услуги. Проектирование туристских услуг
 2. Федеральный закон от 3 декабря 1996 г. № 132 ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
 3. Закон Ленинградской области от 31 декабря 1997 г. № 73оз (ред. от 12 января 2001 г. № 1оз; от 7 марта 2003 г. № 18 оз) «О туристской деятельности на территории Ленинградской области».
 4. Закон Белгородской области от 12 мая 1998 г. № 23 «О туристской деятельности в Белгородской области».
 5. Закон Волгоградской области от 27 декабря 1999 г. № 358 оз «О туристской деятельности на территории Волгоградской области».
 6. Постановление правительства Московской области от 11 марта 2001 г. № 52/6 «О концепции развития индустрии туризма в Московской области на 2001—2005 годы».
 7. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 11 июля 2002 г. № 954р «Концепция развития туризма в РФ до 2005 года».
 8. Постановление правительства Московской области от 4 февраля 2004 г. № 45/2 «Об утверждении Положения о Комитете по туризму Московской области».
 9. Закон Ленинградской области от 13 сентября 2005 г. № 77оз «О региональной целевой программе “Развитие сферы туризма и рекреации Ленинградской области на 2006—2008 годы”».
 10. Постановление Правительства Российской Федерации от 26 февраля 1996 г. № 177 «О Федеральной целевой программе “Развитие туризма в РФ” на 1996—2005 годы”» (с изм. от 17 декабря 1999 г. № 2090 р).
 11. Постановление Правительства Российской Федерации от 27 августа 2003 г. № 528 «О прекращении реализации некоторых федеральных целевых программ и признании в связи с этим утратившими силу актов Правительства Российской Федерации».
-
1. Александрова А.Ю. Структура туристского рынка. М. : Пресс-Соло, 2002.

2. Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989.
3. Валеева Е.О. Организация туристской индустрии: учебное пособие/ Валеева Е.О.- Электрон. текстовые данные.- Саратов: Вузовское образование, 2015. 242 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/31939>
4. Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме: Теория и практика. СПб. : СПбГУП,
5. Инфраструктура туризма: стратегия развития/А.А.Клейман, О.Б.Евреинов - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 386 с. [Электронный ресурс.]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=515226K> Краснодарского края : монография/ Казачинский В.П.- Электрон. текстовые данные.- Краснодар: Южный институт менеджмента, 2013.— 148 с.- [Электронный ресурс.]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/25982>.
6. Косолапов А. Б. Туристское страноведение. Европа и Азия : учебно-практическое пособие для вузов / А. Б. Косолапов. - М., 2008. - 395 с.
7. Остроумов О.В. Продвижение российского туристского продукта на международный рынок: комплексный подход к управлению. : Автореф. ... канд экон. наук. СПб. : СПбГИЭУ, 2005. 252 253 Планирование на предприятии туризма : учеб. пособие для вузов / Е.И. Богданов, О.Н. Кострюкова. В.П. Орловская и др. / под ред. Е.И. Богданова. СПб. : Бизнес-пресса, 2003.
8. Покровский М., Львов Р. Предварительный анализ гостиничного рынка Москвы и Санкт-Петербурга // Турбизнес на Северо-Западе. 2000. № 10.
9. Покровский, Н. Е. Туризм: от социальной теории к практике управления [Электронный ресурс] : учеб. пос. / Н. Е. Покровский, Т. И. Черняева. - М.: Логос, 2009. - 424 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=469377>
10. Путрик Ю.С., Жадовская С.В. Опыт и проблемы методического обеспечения разработки региональных программ развития туризма // Труды Академии туризма. СПб. : Невский Фонд, 2003.
11. Рохчин В.Е., Жилкин С.Ф., Знаменская К.Н. Стратегическое планирование развития городов России: системный подход / под ред. В.Е. Рохчина, С.Ф. Жилкина, К.Н. Знаменской. СПб. : ИРЭ РАН : Скифия-принт, 2004.
12. Саранча М.А. Проблемы концептуального определения и соотношения понятий «туризм» и «рекреация» / Вестник Удмуртского университета. Серия 6: Биология. Науки о Земле, Вып. 2, 2009 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=494922>
13. Сенин В.С. Роль и место туризма в сфере платных услуг населению (по данным государственной статистики) // Туристские фирмы. СПб. : Невский Фонд, 2005. Вып. 36 (4).
14. Сервис в России и за рубежом, 2017, Том 11. № 5 (52) / Сервис в России и за рубежом, Том 11. № 5 (52), 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=482519>
15. Современные проблемы сервиса и туризма, 2017, Том 9. №1-4 / Современные проблемы сервиса и туризма, Том 9. №3, 2017/[Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=527621>
16. Статистика в туризме / Туризм: обзор материалов. М. : Бюро информации по туризму «Он-Лайн», 2003.
17. Статистика туризма: учебное пособие - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. Электронный ресурс. [Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=543772>]
18. Туристские ресурсы России: Практикум / Можаяева Н.Г. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 112 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=546722>
19. И т.д.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ ТИТУЛЬНОГО ЛИСТА

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра маркетинга и сервиса

РГР

по дисциплине «Стратегия развития туристкой индустрии»

Направление подготовки _____

Руководитель

(ФИО)

(ученая степень, звание)

Автор РГР

(ФИО)

(группа)

(дата сдачи)

Новосибирск 201_

СОДЕРЖАНИЕ (образец)

	ВВЕДЕНИЕ.....	3
1	Задание 1.....	4
	<i>(Название параграфов формулируется студентом самостоятельно)</i>	4
	Задание 2.....	8
	Задание 3.....	10
	Задание 4	12
	Задание 5	12
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	20
	СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	21
	ПРИЛОЖЕНИЯ.....	22

Оцениваемые позиции: умение правильно выделять главные вопросы в структуре работы, логически их выстраивать, степень раскрытия содержания теоретического вопроса, умение высказывать свою точку зрения, умение анализировать актуальные примеры из профессиональной деятельности, степень самостоятельности и соответствие оформления требованиям.

2. Критерии оценки.

- ✓ Работа считается не выполненной, если доля авторского текста в работе составляет менее 50 % если выполнены не все части РГР, отсутствует анализ документов о формировании туристской индустрии в регионе, туристского предложения, теоретических вопросов, содержание не раскрыто, структура работы не логична, анализ тенденций развития туризма отсутствует и оформление не соответствуют современным требованиям, оценка составляет до 10 баллов.
- ✓ Работа считается выполненной **на пороговом** уровне, если доля авторского текста в работе составляет менее 65% и части РГР выполнены формально: анализ особенностей формирования туристской индустрии и туристского продукта региона выполнен поверхностно, структура работы не логична, примеры отсутствуют и оформление не соответствуют современным требованиям, оценка составляет до 20 баллов.
- ✓ Работа считается выполненной **на базовом** уровне, если доля авторского текста составляет не менее 65%, анализ формирования туристской индустрии региона проведен в полном объеме, степень раскрытия содержания темы- достаточная, обоснована собственная точка зрения, но предложенные выводы не опираются на достоверные статистические данные, не имеют достаточного обоснования и ссылок на изученную литературу и интернет-источники, оценка составляет до 30 баллов.
- ✓ Работа считается выполненной **на продвинутом** уровне, если доля авторского текста составляет более 65%, анализ тенденций и истории формирования региональной туристской индустрии и дестинаций выполнен в полном объеме, степень раскрытия содержания темы высокая, своя точка зрения аргументирована, проанализированы актуальные примеры из профессиональной и научной литературы, подкреплены ссылками на нормативные документы и статистические источники, степень самостоятельности-высокая и оформление соответствует требованиям, оценка составляет до 40 баллов. Коэффициент, с которым учитывается полученная сумма баллов в общей оценке по дисциплине, определяется Правилами аттестации.

3. Шкала оценки.

В общей оценке по дисциплине баллы за работы учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. Примерный перечень тем РГР

1. Планирование деятельности региональной туристской индустрии в Челябинской области
2. Анализ состояния и развития туристского рынка в Ульяновской области.
3. Планирование деятельности туристской дестинации в Сахалинской области
4. Анализ программы и стратегии территориального развития туризма в республике Карелия
5. Состояние развития туристской индустрии в Калининградской области на основании региональной программы стратегического развития.
6. Изучение основных направлений стратегического планирования в туристской индустрии на примере Кемеровской области

7. Анализ программы и стратегии территориального развития туризма в Камчатском крае
8. Состояние развития туриндустрии в республике Мордовия на основании региональной программы стратегического развития.
9. Планирование деятельности региональной туриндустрии в республике Хакасия
10. Анализ состояния и развития туристского рынка в республике Башкортостан .
11. Изучение основных направлений стратегического планирования в туристской индустрии на примере Новосибирской области.
12. Территориальное и стратегическое планирование туризма в Ленинградской области
13. Планирование деятельности туристской дестинации в Самарской области
14. Территориальное и стратегическое планирование туризма в Алтайском крае

5. Перечень вопросов к защите РГР

Каковы, на ваш взгляд, наиболее существенные причины возникновения туристской Насколько, по вашему мнению, актуален вопрос развития туристкой индустрии в вашем регионе сегодня?

Каковы, на ваш взгляд, основные факторы, способствующие формированию успешной деятельности в туристской сфере исследуемого региона?

Объясните вашу позицию по отношению конкурентоспособности и возможностей развития туристского бизнеса в исследуемой дестинации.

Назовите основные причины, сдерживающие развития и формирование внутреннего туристского продукта дестинации.

Какие вам известны положения и государственные законы, принятые в исследуемом регионе в отношении развития туризма и туристской индустрии?

Какие государственные органы в вашем регионе заняты формированием благоприятной среды для туристской индустрии?

Назовите известные вам федеральные комитеты и органы, отвечающие за формирование туристской индустрии в Российской Федерации.