

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по выполнению практических работ
по дисциплине «Внутренний и международный туризм»
для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) «Экономика впечатлений»

Ставрополь, 2026

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
3. ЛИТЕРАТУРА И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Внутренний и международный туризм» является формирование компетенций УК-1 и УК-5 будущего специалиста по направлению подготовки 43.03.02 Туризм. Основная цель курса заключается в изучении обучающимися основных аспектов и технологий внутреннего и международного туризма и формировании умений применять эти знания в области повышения качества своего профессионального образования.

Задачами освоения дисциплины являются:

- освоение основных терминов в сфере туризма,
- изучение основных этапов и условий развития международного туризма, а также освоение истории отечественного внутреннего туризма,
- изучение факторов развития внутреннего и международного туризма,
- изучение туристского спроса и его географии в мире,
- формирование представлений о структуре туристской индустрии,
- оценка современного состояния туристских ресурсов в России и мире,
- понимание специфики деятельности туроператоров и турагентов в туризме,
- освоение основ формирования, реализации и продвижения туристского продукта,
- изучение нормативно-правовых аспектов в области туризма.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ К ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Туризм как объект изучения. Классификация туризма

Цель занятия: приобретение навыков выделения категорий туристов, анализ источников информации по международному туризму.

Теоретическая часть

Туризм как объект изучения представляет собой многогранную область исследований, которая охватывает различные аспекты организации и функционирования туристической индустрии. Основными направлениями изучения туризма являются социологический, экономический, культурологический, географический и психологический аспекты данной деятельности. Классификация туризма включает в себя подразделения по типам (например, культурный, экскурсионный, спортивный, экологический), а также по масштабу (внутренний, международный, региональный). Кроме того, туризм может быть классифицирован по целям поездки (отдых, познание, бизнес), длительности пребывания, уровню комфорта и развлечений. Исследование туризма позволяет выявить особенности поведения туристов, их потребности, предпочтения и влияние на экономику и культуру посещаемых регионов. Анализ классификации туризма способствует определению основных трендов в развитии туристической индустрии и формированию эффективных стратегий ее развития. Понимание разнообразия форм туризма и их специфики помогает управляющим структурам и организациям выстраивать адаптированные к условиям спроса продукты и услуг. Таким образом, изучение классификации туризма позволяет глубже понять сущность этого явления, его влияние на общество и практическое применение в различных аспектах жизни.

Задание 1. Используя алгоритм выделения статистической совокупности туристов, определить, можно ли отнести перечисленных ниже путешествующих лиц к категории туристов. Записать полученные результаты анализа с необходимой аргументацией.

- 1) иностранные участники авторалли «Дакар» в Аргентине и Чили;
- 2) молодожёны, отправляющиеся в свадебное путешествие за границу;
- 3) россияне, совершающие челночные рейсы на вещевые рынки Турции, Китая и некоторых других государств;
- 4) политический лидер из Москвы, находящийся в течение дня в Санкт-Петербурге для встречи с избирателями в ходе предвыборной кампании;
- 5) ограниченный контингент международных сил ООН по поддержанию мира в Судане;
- 6) беженцы из Ливии, прибывшие в Италию.

Задание 2. Определить, по каким признакам можно объединить перечисленных ниже путешествующих лиц. Указать одно исключение из правила. Записать полученные результаты анализа с необходимой аргументацией.

- 1) пассажиры круизного лайнера,
- 2) паломники,
- 3) артисты на гастролях,
- 4) участники симпозиума.

Задание 3. В зависимости от классификационных признаков определить, к каким типовым группам можно отнести перечисленные поездки (учитывая, что один и тот же тур может быть отнесен к разным типам, видам и формам одновременно). Записать полученные результаты анализа с необходимой аргументацией.

- 1) итальянская фирма организовала тур по Дунаю для десяти своих сотрудников в качестве поощрения по итогам работы за год;

- 2) американец Эндрю Уорд иммигрирует в Австралию, чтобы начать новую жизнь;
- 3) пожилая чета Флауэрс из Великобритании с целью лечения провела осенью две недели на Средиземноморье;
- 4) Николь Буше прилетела из Парижа в США на три дня для проведения деловых переговоров в Вашингтоне;
- 5) сборная команда России прибыла в Лондон для участия в летней Олимпиаде;
- 6) студент Петров из Ставрополя едет в Великобританию на два года, чтобы продолжить образование в Кембриджском университете.

Задание 4. Используя имеющиеся источники информации по международному туризму, определить, какие сведения, необходимые для организации путешествий, содержатся в них. Записать полученные результаты анализа с необходимой аргументацией.

Методические указания.

Перечень возможной информации из источников:

1. Статистика международного и внутреннего туризма в стране.
2. Условия посещения страны (визовый режим, транспорт, таможенные правила, часовой пояс, валюта, язык, традиционная еда, известные отели).
3. Туристско-рекреационные ресурсы страны (общая географическая характеристика, природные и культурно-исторические ресурсы).
4. Важнейшие туристические центры, курорты и районы.

Форма контроля – дискуссия.

Тема 2. Зарождение и развитие международного и российского туризма

Цель занятия: изучить вклад путешественников разных стран мира в исследование Земли, а также место и роль туристской деятельности в жизни общества

Теоретическая часть

Зарождение международного и российского туризма связано с историческими, экономическими и культурными процессами, которые сформировали потребность людей в путешествиях и познании других стран и культур. Важными этапами в развитии международного туризма были открытие новых туристических маршрутов, расширение транспортных средств и возможностей для передвижения между странами. В России развитие туризма было стимулировано созданием уникальных туристических объектов, развитием инфраструктуры и усилиями по привлечению иностранных туристов. На современном этапе международный туризм играет важную роль в экономике стран, способствуя развитию международных отношений и культурного обмена. Российский туризм также находится в стадии активного развития, с акцентом на разнообразие природы, культурные достопримечательности и историческое наследие страны. Понимание процессов зарождения и развития международного и российского туризма позволяет лучше понять историю и значение данного явления для общества. Проведение практической работы по данной теме позволит студентам изучить основные этапы развития туризма, его влияние на экономику и культуру, а также перспективы дальнейшего развития отрасли. Таким образом, изучение зарождения и развития международного и российского туризма является важным аспектом образования в области туризма и позволяет студентам получить глубокие знания о данной сфере деятельности.

Задание 1. Используя материалы лекции, тематические карты атласов с маршрутами

путешествий, заполнить таблицу 1 «История развития туризма в России». Для перечисленных путешественников указать временные периоды их путешествий и их географическое значение. Сделать вывод, определив периоды, внесшие наибольший вклад в историю развития туризма.

Таблица 1

История географических открытий

Путешественники / Исследователи	Период	Направления	Значение путешествий и исследований

Задание 2. Изучить формирование туристской деятельности на разных этапах развития общества. Заполнив таблицу 1 «Туристская деятельность на разных этапах развития общества», сделать вывод о том, какое место туристская деятельность занимала в жизни общества, и какую роль сыграла в его формировании.

Таблица 2

Туристская деятельность на разных этапах развития общества

Туристская индустрия	Первобытное общество	Древние цивилизации	Средневековье	Индустриальное общество	Постиндустриальное общество	Информационное общество

Задание 3. Выделите основные проблемы развития туризма на каждом этапе его развития.

Форма контроля – дискуссия.

Тема 3. Факторы развития туризма. Статистика туризма

Цель занятия: выявление особенностей современного состояния индустрии туризма и гостеприимства в регионах мира, а также проведение метода сводки и группировки

Теоретическая часть

Факторы развития туризма представляют собой широкий спектр влияющих условий, включающих экономические, социокультурные, экологические и технологические аспекты. Экономические факторы, такие как рост доходов, уровень безработицы, инвестиции в туристическую инфраструктуру, играют ключевую роль в стимулировании развития туризма в различных регионах. Социокультурные факторы, включая культурное наследие, местные традиции и обычаи, а также уровень образования населения, оказывают влияние на привлекательность туристических направлений. Экологические факторы, такие как сохранение природных достопримечательностей, экологическая чистота, устойчивость туристической деятельности, имеют важное значение для развития устойчивого туризма. Технологические факторы, такие как развитие цифровых технологий, информационных систем, онлайн-бронирование, способствуют увеличению доступности и комфорта туристических поездок. Анализ статистических данных по туризму позволяет оценить объемы посещаемости, динамику развития отрасли, популярные виды туризма, а также оценить экономический вклад туризма в регион. Статистика туризма является важным инструментом для принятия решений в сфере туристического бизнеса, планирования маркетинговых стратегий, адаптации туристического продукта под запросы потребителей. Таким

образом, понимание факторов развития туризма и анализ статистических показателей играют ключевую роль в формировании эффективной туристической политики и повышении конкурентоспособности туристической индустрии.

Задание 1. Используя перечень районообразующих факторов в международном туризме, провести подробный анализ их действия на примере двух туристских районов стран Европы, Америки, АТР и Среднего Востока, Африки (по выбору студента). Записать полученные результаты с необходимой аргументацией.

Методические указания.

Районообразующие факторы в международном туризме:

1. Особенности экономико-географического положения (оценка выгодности):
 - соседское положение;
 - ресурсное положение;
 - промышленно-географическое и аграрно-географическое положение;
 - транспортно-географическое положение;
 - геополитическое положение.
2. Уровень комфортности природно-климатических условий, богатство и разнообразие рекреационных ресурсов, возможность и удобство их использования.
3. Насыщенность территории культурно-историческими достопримечательностями, их взаимосочетание и расположение.
4. Степень аттрактивности природных и историко-культурных достопримечательностей.
5. Уровень транспортной доступности района.
6. Уровень временных затрат для прибытия в туристский район и возвращения домой.
7. Общий уровень финансовых затрат для совершения путешествия.
8. Уровень развития туристской инфраструктуры и оснащённость территории.
9. Уровень сервиса и квалификация обслуживающего персонала.
10. Пропускной потенциал района.
11. Стабильность внутривнутриполитической ситуации.
12. Уровень безопасности территории с учётом криминогенной ситуации.
13. Уровень экологической безопасности.
14. Уровень общеэкономического развития, обеспеченность трудовыми ресурсами, материальными средствами и финансовыми возможностями для создания и дальнейшего развития индустрии туризма.
15. Положение территории на туристском рынке, объём и географическая структура туристских потоков, предпосылки формирования перспективных туристских потоков.
16. Структура въездного туристского потока.
17. Специфические особенности развития туризма:
 - ритмы сезонности,
 - продолжительность пребывания туристов,
 - преобладающие виды туризма, - основные цели посещения.
18. Отношение властей и местных туристских органов к вопросам развития туризма.
19. Экономическая роль туризма для данного района:
 - размер поступлений в бюджет от туризма,
 - расходы на развитие туристской инфраструктуры,
 - место туризма среди других отраслей экономики и взаимосвязи с ними,
 - влияние туризма на занятость местного населения,
 - общий экономический эффект от туризма.
20. Перспективы развития туризма в районе (конкретные предложения по созданию новых туристических дестинаций)

Задание 2. Используя данные таблицы 1, провести статистическую сводку и группировку ведущих стран мира по количеству международных туристов. Дополнительно охарактеризовать каждую группу средним количеством международных туристов и средним размером доходов от международного туризма.

Сделать вывод, указав характер взаимосвязи между количеством международных туристов и размером доходов от международного туризма в ведущих странах мира.

Методические указания.

Оформление результатов работы осуществляется с помощью расчётной таблицы. При проведении группировки необходимо выполнить следующие действия:

1. выбрать группировочный признак;
2. определить необходимое количество групп;
3. определить величину интервала.

Количество групп исчисляется по формуле Стерджесса:

$$n = 1 + 3,322 \cdot \lg N \quad (1.1), \text{ где:}$$

n – число групп,

N – количество объектов признака в совокупности.

Для сведения: $\lg 34 = 1,531$.

Исходя из размаха изменений значений изучаемого признака во всей совокупности и намечаемого числа групп, величина постоянного (равного) интервала d определяется по формуле:

$$d = \frac{x_{\max} - x_{\min}}{n} \quad (1.2), \text{ где:}$$

d – величина постоянного (равного) интервала,

x_{\max} – максимальное значение признака в совокупности,

x_{\min} – минимальное значение признака в совокупности,

n – число групп.

После определения величины интервала необходимо определить количественные границы интервалов. Для этого к минимальному показателю признака прибавляется величина постоянного (равного) интервала (нижняя граница каждого последующего интервала должна быть на одну значащую цифру больше верхней границы предыдущего интервала).

Далее необходимо распределить порядковые номера объектов совокупности по группам в зависимости от попадания статистического показателя в определённый интервал, определив также количество объектов в каждой группе.

Дополнительный расчёт средних статистических показателей признака по каждой группе объектов определяется по формуле простой средней арифметической:

$$\bar{x}_n = \frac{\sum x_i}{N_n} \quad (1.3), \text{ где:}$$

\bar{x}_n – средний показатель признака,

$\sum x_i$ – сумма показателей признака в группе,

x_i – показатели признака в группе,

N_n – количество объектов признака, входящих в данную группу.

Таблица 1

Расчёт группировочных значений

№	Количественные границы интервалов	№№ объектов п/п	Кол-во объектов, N	$\sum x_i$	\bar{x}_n	$\sum y_i$	\bar{y}_n
---	-----------------------------------	--------------------	----------------------	------------	-------------	------------	-------------

груп п							
I							
II							
III							
IV							
V							
VI							

Таблица 2

**Количество международных туристов и доходы от международного туризма в ведущих странах мира в 2018 г.
(по данным UNWTO Tourism Highlights 2020)**

№ п/п	Страны	Количество туристов, млн чел.	Доходы от международного туризма, млн \$
1.	Дания	12,7	9.1
2.	Швеция	7,4	14.9
3.	Великобритания	38,7	50.0
4.	Австрия	30,8	23.0
5.	Франция	89,4	66.0
6.	Германия	38,9	43.0
7.	Нидерланды	18,8	17.8
8.	Чехия	14,3	7.4
9.	Венгрия	17,2	6.9
10.	Польша	19,6	13.9
11.	Россия	24,6	11.6
12.	Украина	14,2	1.5
13.	Хорватия	16,6	11.1
14.	Греция	30,1	19.0
15.	Италия	61,6	49.3
16.	Португалия	22,8	20.1
17.	Испания	82,8	81.7
18.	Турция	45,8	25.2
19.	Китай	62,9	40.4
20.	Сянган (Гонконг)	29,3	36.9
21.	Япония	31,2	42.1
22.	Республика Корея	15,3	18.6
23.	Аомынь (Макао)	18,5	40.7
24.	Индонезия	13,4	16.4
25.	Сингапур	14,7	20.4
26.	Таиланд	38,2	56.4
27.	Австралия	9,2	45.0
28.	Индия	17,4	28.6
29.	Канада	21,1	26.4
30.	Мексика	41,3	24.6
31.	США	79,7	214.1
32.	Бразилия	6,6	5.9
33.	Марокко	12,3	7.8
34.	Саудовская Аравия	15,3	13.8

Форма контроля – дискуссия.

Тема 4. Туристский спрос и его география в мире. Основные виды туризма и технологии их организация.

Цель занятия: приобретение навыков анализа содержания туристского спроса в мире и содержания туристических продуктов, анализ географии разных видов туризма.

Теоретическая часть

Туристский спрос представляет собой интерес потенциальных туристов к посещению туристических объектов и проведению отпуска в различных странах мира. География туристского спроса зависит от множества факторов, включая культурные особенности, экономическое развитие, климатические условия и маркетинговые стратегии туристических направлений. Основные виды туризма в мире включают пляжный отдых, экскурсионный туризм, горнолыжный туризм, культурный туризм, экотуризм, деловой туризм и медицинский туризм. Каждый вид туризма имеет свои особенности и требования, а также способы организации и продвижения. Пляжный отдых пользуется большой популярностью у туристов, предпочитающих отдых на морском или океанском побережье. Экскурсионный туризм направлен на познавательные поездки, посещение исторических и культурных достопримечательностей. Горнолыжный туризм привлекает любителей активного отдыха в горах. Культурный туризм основан на посещении музеев, выставок, фестивалей, театров и других культурных мероприятий. Экотуризм ориентирован на сохранение природы и окружающей среды, включая посещение национальных парков, заповедников и экологических маршрутов. Деловой туризм представляет поездки бизнесменов с целью участия в конференциях, выставках, переговорах и других бизнес-мероприятиях. Медицинский туризм помогает пациентам получить качественное медицинское обслуживание за границей. Технологии организации туризма все больше включают в себя онлайн-бронирование гостиничных номеров, билетов на транспорт, экскурсии, а также информационные ресурсы для туристов. Современные туристические компании активно применяют цифровые технологии для улучшения сервиса и коммуникации с клиентами. География туристского спроса в мире меняется под влиянием экономических и политических факторов, новых туристических направлений и развития технологий. Понимание основных видов туризма и технологий их организации позволяет эффективно адаптировать туристическое предложение к потребностям современных путешественников. Таким образом, изучение туристского спроса, его географии, основных видов туризма и современных технологий организации поможет прогнозировать и управлять туристическими потоками, развивая индустрию туризма и повышая качество обслуживания для туристов.

Задание 1. Определить особенности сегментирования рынков различных видов туристского спроса (по направлениям туристских продуктов). Заполнить таблицу 1.

Сделать вывод, указав виды туристского спроса с наиболее широким и наиболее узким сегментированием рынка.

Методические указания.

1. Расселенческий сегмент: крупные города, малые города, сёла.
2. Возрастной сегмент: 0-14, 15-24, 25-44, 45-64, >65.
3. Доходный сегмент: высокий, средний, низкий.
4. Психографический сегмент: психоцентрики, средний, аллоцентрики.
5. Искомой выгоды: развлекательный, психофизиологический, деловой.
6. Приверженности: изменчивый, определённый, полный.
7. Интенсивности потребления: высокоинтенсивный, среднеинтенсивный, низкоинтенсивный.

Таблица 1

Сегментирование рынков различных видов туристского спроса

Виды турпродуктов	Сегменты туристского рынка						
	Расселенческий	Возрастной	Доходный	Психографический	Искомой выгоды	Приверженности	Интенсивности потребления
Альптур							
Спелеотур							
Рафтинг							
Сафари							
Космический							
Джайлоо-тур							
Гастроном-тур							
Энотур							
Шоппинг							
Бальнеотур							
Конгресс-тур							
Казино-тур							

Задание 2. Выберите один из видов туризма и подготовьте доклад-презентацию о географии его распространения.

Методические указания

Презентация должна состоять не менее, чем из 5 слайдов. Обязательно наличие титульного листа и содержания доклада. Максимальное использование картинок в презентации, минимальное использование текстовой информации. Файл должен быть назван «Фамилия_Вид туризма». Тайминг: не более 4-5 минут.

1. История зарождения и развития данного вида в странах мира.
2. Статистика туристских потоков.
3. География туристских потоков.
4. Спрос и предложения. Инновации в данном виде туризма.
5. Тенденции и перспективы развития.

Форма контроля – дискуссия, презентации.

Тема 5. Структура туристской индустрии

Цель занятия: приобретение навыков анализа структуры туристской индустрии

Теоретическая часть

Структура туристской индустрии представляет собой комплекс взаимосвязанных секторов, объединенных общей целью обеспечения услуг для туристов. Включает в себя транспортную инфраструктуру, гостиничное дело, питание и ресторанный сервис, агентские услуги, развлекательные предприятия, а также культурные и природные объекты. Развитие туристской индустрии стимулирует рост экономического потенциала регионов и способствует улучшению благосостояния населения. Каждый сегмент структуры туристской индустрии играет важную роль в формировании положительного образа туристического направления и привлечении новых посетителей. Основу структуры туристской индустрии составляют туристические компании, туроператоры, агентства, отели, рестораны, достопримечательности и другие участники рынка. Взаимодействие всех компонентов структуры способствует созданию целостной туристической инфраструктуры, гармонично удовлетворяющей потребности туристов и обеспечивающей стабильное развитие отрасли. Понимание структуры туристской индустрии необходимо для эффективного управления туристическим бизнесом, разработки маркетинговых стратегий и

создания конкурентных преимуществ на рынке туристических услуг.

Задание 1. Подготовиться к семинарскому занятию по следующим вопросам

1. Понятия туристской индустрии
2. Функции и структура отрасли
3. Туристские предприятия первичных туристских услуг.
4. Туристские организации
5. Индустрия размещения
6. Транспортные предприятия, обслуживающие туристов
7. Индустрия развлечений
8. Организация экскурсионно-познавательных мероприятий
9. Индустрия питания
10. Глобальные компьютерные сети
11. Прочие предприятия первичных туристских услуг
12. Туристские предприятия вторичных туристских услуг.

Форма контроля – коллоквиум.

Тема 6. Туристские ресурсы и туристские дестинации России и мира.

Цель занятия: анализ роли Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО как историко-культурного фактора пространственного развития туризма в мире.

Теоретическая часть

Туристские ресурсы играют ключевую роль в развитии туристической индустрии, представляя собой уникальные природные, культурные и рекреационные объекты, способные привлечь внимание туристов. В России богатое природное наследие включает в себя заповедники, горные массивы, реки и озера, а также культурные памятники, музеи и исторические города. Мировые туристические дестинации, такие как Париж, Нью-Йорк, Токио, Малага и многие другие, привлекают посетителей своими уникальными достопримечательностями, культурным наследием и разнообразием развлечений. Изучение туристических ресурсов и дестинаций позволяет понять потребности туристов и разработать эффективные стратегии и продукты для привлечения посетителей. Развитие инфраструктуры, качественное обслуживание и маркетинговая активность являются ключевыми факторами успешной продвижения туристических ресурсов как в России, так и в мире. Глубокое изучение туристических дестинаций позволяет выявить их конкурентные преимущества и уникальные особенности, способствуя привлечению большего количества туристов и увеличению доходов от туризма. В современном мире туристические ресурсы становятся одним из ключевых факторов экономического роста и развития различных регионов, способствуя созданию новых рабочих мест и улучшению условий жизни местного населения.

Источник:

1. UNESCO World Heritage Centre – World Heritage List. – URL: <http://whc.unesco.org/ru/list/>
2. Комиссия Российской Федерации по делам ЮНЕСКО. – URL: <http://unesco.ru/unescorussia/sites/>

Задание 1. Используя литературные источники и материалы интернет-сайтов, подготовьте доклад-презентацию «Всемирное наследие ЮНЕСКО в странах мира» (по выбору). Составьте

тематический экскурсионный маршрут продолжительностью до 5 дней по одной из стран выбранного объекта ЮНЕСКО, выделите основные достопримечательности, их значение в развитии международного туризма. В выводе проанализируйте географию их месторасположения.

Методические указания:

Презентация не меньше 5 слайдов. Приветствуется наличие картосхемы маршрута и большое количество иллюстративного материала. Маршрут должен быть лаконичным, но содержательным, логически выстроенным и захватывать по меньшей мере 1 объект Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Тайминг: до 5 минут.

Наименование файла «Фамилия_страна», например «Иванов_Россия»

Задание 2. Изучить и нанести объекты всемирного наследия России на контурную карту, выучить их месторасположения, выучить их, уметь показывать на карте.

Задание 3. Подготовить сообщение об одном объекте наследия ЮНЕСКО России.

Методические указания:

План описания объекта Всемирного культурного наследия:

1. Название объекта.
2. Местоположение (страна, город).
3. Год включения в список ЮНЕСКО.
4. Критерии включения.
5. Общая характеристика объекта (доступность, аттрактивность, основные характеристики, степень сохранности, туристская значимость, пропускная способность, безопасность).

Критерии объектов Всемирного наследия:

(I) Объект представляет собой шедевр человеческого созидательного гения.

(II) Объект свидетельствует о значительном взаимовлиянии человеческих ценностей в данный период времени или в определённом культурном пространстве, в архитектуре или в технологиях, в монументальном искусстве, в планировке городов или создании ландшафтов.

(III) Объект является уникальным или по крайней мере исключительным для культурной традиции или цивилизации, которая существует до сих пор или уже исчезла.

(IV) Объект является выдающимся примером конструкции, архитектурного или технологического ансамбля или ландшафта, которые иллюстрируют значимый период человеческой истории.

(V) Объект является выдающимся примером человеческого традиционного сооружения, с традиционным использованием земли или моря, являясь образцом культуры (или культур) или человеческого взаимодействия с окружающей средой, особенно если она становится уязвимой из-за сильного влияния необратимых изменений.

(VI) Объект напрямую или вещественно связан с событиями или существующими традициями, с идеями, верованиями, с художественными или литературными произведениями и имеет исключительную мировую важность (По мнению комитета ЮНЕСКО этот критерий предпочтительно использовать вместе с каким-либо ещё критерием или критериями).

(VII) Объект включает уникальные природные явления или территории исключительной природной красоты и эстетического значения.

(VIII) Объект является выдающимся примером отражения основных этапов истории Земли, включая следы древней жизни, значимые геологические процессы, которые продолжают происходить в развитии форм земной поверхности, существенные геоморфологические или физико-географические особенности рельефа.

(IX) Объект является выдающимся примером важных, протекающих и в настоящее время экологических и биологических процессов, происходящих в эволюции и развитии наземных, пресноводных, прибрежных и морских экосистем и сообществ растений и животных.

(X) Объект должен включать природные ареалы наибольшей важности и значения с точки зрения сохранения в них биологического разнообразия, в том числе ареалы исчезающих видов, представляющие выдающееся мировое достояние с точки зрения науки и сохранения природы.

Также объект должен являться охраняемым, иметь систему менеджмента, и удовлетворять критериям подлинности и целостности.

– **Объекты культурного наследия**

1. Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним группы памятников (1990).
2. Кижский погост (1990).
3. Московский Кремль и Красная Площадь (1990).
4. Белокаменные памятники Владимира и Суздаля (1992).
5. Историко-культурный комплекс Соловецких островов (1992).
6. Исторические памятники Великого Новгорода и окрестностей (1992).
7. Архитектурный ансамбль Троице-Сергиевой лавры в городе Сергиев Посад (1993).
8. Церковь Вознесения в Коломенском (Москва) (1994).
9. Ансамбль Ферапонтова монастыря (2000).
10. Историко-архитектурный комплекс Казанского Кремля (2000).
11. Куршская коса (2000).
12. Цитадель, Старый город и крепостные сооружения Дербента (2003).
13. Ансамбль Новодевичьего монастыря (Москва) (2004).
14. Геодезическая дуга Струве (2005).
15. Исторический центр Ярославля (2005).
16. Историко-археологический комплекс в Болгаре (2014).
17. Успенский собор и монастырь острова-града Свияжск (2017).
18. Храмы псковской архитектурной школы (2019).
19. Петроглифы Онежского озера и Белого моря (2021).
20. Древний город Херсонес Таврический и его хора (2013)

– **Объекты природного наследия**

1. Девственные леса Коми (1995).
2. Вулканы Камчатки (1996, 2001).
3. Озеро Байкал (1996).
4. «Золотые горы Алтая» (1998).
5. Центральный Сихотэ-Алинь (2001, 2018).
6. Убсунурская котловина (2003).
7. Природный комплекс заповедника Остров Врангеля (2004).
8. Западный Кавказ (1999).
9. Плато Путорана (2010).
10. Природный парк «Ленские столбы» (2012).
11. Ландшафты Даурии (2017).

Форма контроля – дискуссия, работа с картой, доклад, презентация.

Тема 7. Правовое регулирование в сфере туризма

Цель занятия: изучить основные нормативные документы, регламентирующие туристскую деятельность в России.

Теоретическая часть

Правовое регулирование в сфере туризма представляет собой систему нормативных актов, регулирующих отношения между участниками туристического бизнеса, туристами, государственными органами и другими заинтересованными сторонами. Основной целью правового регулирования в туризме является обеспечение безопасности туристов, защита их прав и интересов, а также установление порядка функционирования туристической отрасли. Важными аспектами правового регулирования в сфере туризма являются лицензирование туроператоров и турагентов, заключение договоров с туристами, страхование туристов, ответственность за предоставление некачественных услуг и туристические споры. Нормативные акты, регулирующие туристическую деятельность, включают федеральные законы, постановления Правительства, региональные законы, а также международные договоры и соглашения, влияющие на туризм. Важными аспектами правового регулирования являются права и обязанности туристов, включая право на информацию о поездке, безопасность и охрану личных данных. Законодательство также регулирует деятельность туроператоров и турагентов, устанавливая требования к их лицензированию, страхованию ответственности, информированию туристов о правилах поездки и прочих обязательствах. Правовое регулирование в сфере туризма имеет целью защиту интересов всех участников туристического процесса, обеспечивая устойчивое и эффективное функционирование отрасли. Таким образом, правовое регулирование играет важную роль в развитии туризма, обеспечивая правовую защиту и стабильность во взаимоотношениях между участниками туристического рынка.

Задание 1. Проанализируйте определения понятий «туризм» и «турист», данные в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Какие признаки, отличающие туризм от других видов путешествий учтены в данном определении?

«Туризм – временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания».

«Турист – лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте временного пребывания)».

Задание 2. Какие из приведенных ниже видов туризма используются в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в РФ»? Дайте определения этих видов туризма:

- туризм внутренний;
- туризм выездной;
- туризм международный;
- туризм социальный;
- туризм самодеятельный;
- туризм детский;
- туризм молодежный;
- туризм семейный;
- туризм культурно-познавательный;
- туризм лечебно-оздоровительный;
- туризм спортивный;
- туризм экологический.

Задание 3. Назовите органы управления туристской отраслью в РФ.

Задание 4. Перечислите основные документы, регламентирующие туристскую деятельность в РФ.

Задание 5. Написать порядок оформления загранпаспорта в Федеральной миграционной службе и составить перечень документов, необходимых для оформления заграничного паспорта.

Задание 6. Скачайте на официальном сайте МИД РФ:

- а) список стран безвизового въезда для россиян;
- б) список стран, где визу ставят на границе, при выезде;
- в) список стран Шенгенской зоны.

Форма контроля – дискуссия.

Тема 8. Специфика туроператорской и турагентской деятельности

Цель занятия: изучить формы и задачи туристской деятельности предприятия.

Теоретическая часть

Специфика туроператорской и турагентской деятельности состоит в том, что туроператоры создают и реализуют туристические продукты, включая туры, путевки, экскурсии и другие услуги, а также обеспечивают маркетинг и продвижение своих предложений на рынке. Турагенты же выступают как посредники между туристами и туроператорами, помогая выбрать и забронировать туристические продукты, а также предоставляя консультации и информацию о путешествиях. Туроператоры часто имеют свои собственные туристические направления и продукты, в то время как турагенты обычно работают с различными туроператорами и предлагают широкий спектр туров и услуг. Обе эти категории предприятий важны для индустрии туризма, обеспечивая разнообразие выбора для туристов и эффективную информационную поддержку в организации путешествий. Туроператорская деятельность требует от компаний комплексного подхода к созданию туристических продуктов, включая работу с отелями, авиакомпаниями, транспортными и развлекательными услугами. Турагентская деятельность, в свою очередь, ориентирована на обслуживание клиентов, помощь в выборе оптимальных туров и организацию поездок, что требует высокого уровня профессионализма и обширных знаний в области туризма. Вместе туроператоры и турагенты обеспечивают комплексный сервис для туристов, стимулируя развитие туристической индустрии и удовлетворяя потребности путешественников по всему миру.

Задание 1. Дайте определение понятий «туроператор» и «турагент». Перечислите основные функции туроператоров и турагентов. Используя данную информацию, сформулируйте:

- преимущества и недостатки покупки тура непосредственно у туроператора;
- преимущества и недостатки покупки тура у турагента.

Как вы думаете, почему многие туроператорские компании не работают с потребителями напрямую? Приведите примеры подобных компаний.

Задание 2. Выявите сильные и слабые стороны миссии туроператора.

Задание 3. Перечислите задачи, без решения которых функционирование туристского предприятия невозможно.

Задание 4. Проанализируйте классификацию туроператоров в России и за рубежом. Есть ли сходства и различия? В чем они заключаются?

Задание 5. Ознакомьтесь с Единым федеральным реестром туроператоров и турагентов России.

Задание 6. Проанализируйте основных туроператоров г. Ставрополя и Ставропольского края. Определите географию основных направлений туризма.

Форма контроля – дискуссия.

Тема 9. Формирование туристского продукта. Туристское предложение.

Цель занятия: формировать понятие «туристский продукт» как совокупность туристских услуг, работ и товаров. Закрепить понятия, связанные с туром. Научить ориентироваться в большом количестве предлагаемых туристскими предприятиями туров.

Теоретическая часть

Формирование туристского продукта является сложным и многоэтапным процессом, включающим в себя анализ потребностей целевой аудитории, исследование рынка, разработку уникального концепта и создание комплексного туристического предложения. Туристское предложение представляет собой совокупность услуг, включая транспортные, проживание, питание, экскурсии, развлекательные мероприятия и другие сервисы, организованные в единый продукт для удовлетворения потребностей туристов. Важным аспектом формирования туристского продукта является учет индивидуальных предпочтений и интересов целевой аудитории, что позволяет сделать предложение более привлекательным и уникальным для потенциальных путешественников. Эффективное формирование туристского продукта требует глубокого понимания туристических тенденций, анализа конкурентов, исследования рыночной ситуации и разработки инновационных подходов к созданию уникальных туров и маршрутов. Главная цель формирования туристского продукта заключается в создании положительного и запоминающегося опыта для туристов, способного удовлетворить их потребности, ожидания и желания во время путешествия. Эффективно спроектированный и продуманный туристский продукт способствует привлечению новых клиентов, удержанию постоянных покупателей и стимулированию развития туристической индустрии в целом.

Задание 1. Произвести анализ туров и маршрутов к ним.

1. Тур 7 дней по Италии с экскурсиями в каждом городе. Маршрут: Перуджия - Рим - Флоренция - Венеция. В качестве транспорта используется автобус.

2. Тур 7 дней: Санкт-Петербург - Петергоф - Санкт-Петербург - Царское Село - Санкт-Петербург - Ораниенбаум - Санкт-Петербург - Кронштадт - Санкт-Петербург - Новгород - Санкт-Петербург. Программа: экскурсии, развлечения. Транспорт: автобус, катер.

3. Тур в Испанию на 3 дня: Москва - Аликанте - Москва. Питание: завтрак, ужин. Программа: посещение оптовых складов и фабрик одежды, обуви, парфюмерии; развлекательная программа за дополнительную плату.

4. Молодежное турне (20 дней) «За экологическую чистоту земли»: Нью-Йорк - Лондон - Париж - Берлин - Москва - Дели - Сидней - Вашингтон с использованием разных видов транспорта.

5. Круиз на теплоходе (14 дней): Рига - Стокгольм - Гамбург - Антверпен - Лондон - Амстердам - Копенгаген - Рига.

6. Тур 7 дней, туркомплекс «Снежный барс» в Абакане, переход в начальную точку маршрута - переправа через горную речку по канатному мосту - переход по тропе к оз. Маранкуль - подъем на гору Маяк и спуск - переход по тропе к оз. Аверкуль - возвращение по тропе в туркомплекс.

Методические рекомендации:

Тур 10 дней: Москва - Брест - Париж - Москва. Программа: прибытие поездом в Брест, переезд на автобусе с экскурсией в Варшаве до г. Слубице - Берлин (осмотр города) - Париж (пешеходная экскурсия, посещение Аквабульвара) - экскурсия по Парижу (вечером прогулка по Сене на кораблике, весь день Диснейленд, посещение Версальского дворца и музеев Лувра, посещение магазинов системы «Пати») - Варшава - Москва.

Анализ: познавательного-развлекательного с элементом шопинга транстур, в котором используются разные виды транспорта (автомобильный, железнодорожный, водный), а также передвижение пешком. Маршрут кольцевой, круглогодичный, многодневный, плановый, комбинированный с использованием арендованного и общественного транспорта.

Задание 2. Осуществить Интернет-поиск и анализ туристических продуктов (по плану туроператоров России по международному туризму в различных странах мира (по 1 турпродукту различного содержания в 2 странах разных макрорегионов мира). Подготовить электронную презентацию в формате MS PowerPoint.

Методические указания.

План анализа содержания турпродукта по международному туризму в стране мира:

1. Туроператор, город, адрес сайта в Интернете, наличие уполномоченных турагентств в Ставрополе.
2. Содержание тура (продолжительность поездки, пункты и страны посещения, экскурсионная и прочая программа).
3. Пункты отбытия-прибытия, виды транспорта, условия размещения и питания.
4. Условия бронирования данных турпродуктов, необходимость получения визы, прочие дополнительные условия.
5. Стоимость всех составляющих.
6. Контактная информация.
7. Общая оценка содержания турпродукта и его Интернет-маркетинга.

Форма контроля – дискуссия, презентация.

Тема 10. Сравнительный анализ классических пакетных туров и AI-кастомизированных предложений»

Цель занятия: выявить конкурентные преимущества и недостатки пакетных туров и AI-кастомизированных решений, предложив рекомендации по их оптимальному использованию в турбизнесе.

Теоретическая часть

Современные технологии трансформируют подходы к организации туров, смещая фокус с массовых пакетных предложений к персонализированным решениям на основе искусственного интеллекта. Традиционные пакетные туры, включающие фиксированный набор услуг (перелёт, отель, экскурсии), долгое время доминировали на рынке благодаря простоте бронирования и предсказуемой стоимости. Однако их главные недостатки — отсутствие гибкости и ориентация на усреднённого потребителя — стали особенно заметны в эпоху цифровизации. AI-кастомизация,

напротив, позволяет создавать туры, адаптированные под индивидуальные предпочтения, бюджет и даже текущее настроение клиента. Такие системы анализируют big data (историю поиска, поведение в соцсетях, отзывы) и используют алгоритмы машинного обучения для формирования уникальных маршрутов. Например, платформы вроде Norper или Kayak предлагают динамические пакеты, где каждый элемент (отель, трансфер, развлечения) подбирается автоматически в реальном времени. Это сокращает время планирования, повышает удовлетворённость клиентов и снижает нагрузку на менеджеров. Однако AI-решения требуют значительных инвестиций в технологии и сталкиваются с проблемами доверия со стороны консервативных потребителей. Кроме того, их эффективность зависит от качества данных и этических аспектов использования персональной информации. Таким образом, будущее туристической индустрии лежит в гибридных моделях, сочетающих преимущества стандартизированных пакетов и инновационной кастомизации.

Задание 1. Выберите 2 AI-платформы (например, Norper, Inspirock, Utrip). Проведите тест-драйв: создайте условный тур на 3 дня в выбранную страну, используя их алгоритмы. Заполните таблицу сравнения.

Сделайте вывод указав какая платформа эффективнее и почему?

Платформы/Критерии	Персонализация	Скорость подбора	Вариативность опций	Цена
Priceline				
RoutePerfect				
...				

Задание 2. Возьмите за основу готовый пакетный тур (например, «Рим – 5 дней» от Coral Travel). Определите 3 параметра, которые можно персонализировать с помощью AI (экскурсии, рестораны, транспорт). Предложите механизм интеграции AI-инструментов (чат-бот, динамическое ценообразование). Опишите выгоды для клиента и туроператора.

Задание 3. Дебаты «Пакетные туры vs. AI-кастомизация».

Разделитесь на 2 команды:

Команда 1 защищает пакетные туры (рентабельность, простота, предсказуемость).

Команда 2 доказывает преимущества AI (персонализация, динамичность, снижение затрат).

Подготовьте аргументы (3-4 на команду) с примерами.

Проведите дискуссию (15-20 минут).

Форма контроля – дискуссия.

Тема 11. Устойчивый и ответственный туризм

Задание 1. Разбившись на мини-группы (по 2-3 человека), проанализируйте данные таблицы 1. Предложите варианты улучшения взаимоотношений туризма с внешней средой для достижения устойчивого развития.

Таблица 1

Воздействие туризма на природную среду

Туристическая деятельность	Воздействующий фактор	Последствия деятельности
Классический и природоохранительный туризм		
	Прокладывание дорожек/троп	Вытаптывание растительности

Туристическая деятельность	Воздействующий фактор	Последствия деятельности
Походы/прогулки	Ходьба	Вытаптывание растительности, эрозия и уплотнение почвы
Наблюдение за животными, фотография	Физическое присутствие, шум	Нарушение покоя животных, создание дискомфорта в период выведения потомства и во время охоты
	Кормление животных	Поведенческие изменения, смещение видом
	Обустройство искусственных водоемов и мест солевой подкормки	Неестественная концентрация животных, эрозия и уплотнение почвы повреждение растительности при ходьбе.
Прогулка на лодках каноэ	Физическое присутствие	Внесение диссонанса в жизнь животных, обитающих в водной среде, нанесение ущерба водной растительности (прежде всего, в малых водоемах).
Кемпинг\Пикник	Обустройство лагеря, ходьба	Эрозия и уплотнение почвы, разрушение растительности при ходьбе.
	Шум	Негативное воздействие на животный мир
	Мусор	Эвтрофикация, опасность для животных, негативное воздействие на ландшафт
	Сбор дров для костра	Разрушение биотопа, эрозия и удаление питательных веществ (прежде всего, на высокогорье), опасность лесных пожаров
	Умывание с мылом в водоемах	Загрязнение вод и эвтрофикация
Покупка сувениров	Покупка перьев, частей тела животных, живых организмов	Сокращение редких видов
	Покупка изъятие кораллов, раковин	Разрушение рифов, сокращение видов
Приключенческий туризм		
Альпинизм\Трекинг	Физическое присутствие, ходьба	Разрушение растительности, внесение диссонанса в жизнь животных
	Бурение отверстий, известковые следы	Повреждение скал и ухудшение их внешнего вида
Нырание\Плавание	Откалывание кораллов	Повреждение рифов
	Подводная охота	Сокращение видов рыб
Водные походы (каноэ, каяки)	Физическое присутствие	Внесение диссонанса в жизнь животных, обитающих в водной среде, нанесение ущерба водной растительности (прежде всего, в малых водоемах)
Рафтинг	Посадка на плот и причаливание плота	Эрозия и уплотнение почвы разрушение растительности на берегу из-за ходьбы
	Транспортировка плота	Эрозия и уплотнение почвы нанесение ущерба растительности животному миру
Авиаспорт	Присутствие летательных аппаратов	Внесение диссонанса в жизнь животных
	Транспортировка летательных аппаратов	Эрозия и уплотнение почвы, нанесение ущерба растительности, случайно можно задавить животных
«Потребительский» природный туризм		
Охота	Превышение квоты на отстрел	Сокращение видов животных
	Охота за пределами выделенных участков	Сокращение видов животных, внесение существенного диссонанса в жизнь животного мира
	Нарушение этических принципов охоты	Мучение животных, гниение мяса
Спортивная рыбалка	Превышение квот	Сокращение видов рыб, смещение видов

Форма контроля – дискуссия.

Тема 12. Транснационализация и глобализация в туризме

Цель занятия: приобретение навыков анализа структуры и содержания туристического предложения брендов крупнейших гостиничных цепей мира.

Теоретическая часть

Транснационализация и глобализация в туризме представляют собой важное явление, определяющее современное развитие отрасли. Транснационализация в туризме означает расширение сферы деятельности туристических компаний за пределы государственных границ и создание глобальных сетей предложения услуг. Глобализация, в свою очередь, подразумевает сближение культур, обмен информацией и технологиями, что способствует увеличению мобильности туристов и развитию международных связей. Одним из ключевых факторов глобализации в туризме является усиление конкуренции, что стимулирует компании внедрять инновации и совершенствовать услуги для привлечения клиентов. Благодаря транснационализации и глобализации, туризм становится более доступным и разнообразным, предлагая туристам широкий выбор направлений, услуг и форм отдыха. Важным аспектом в контексте транснационализации и глобализации является сохранение культурной и экологической устойчивости туристической деятельности, чтобы минимизировать негативное воздействие на местное население и природные ресурсы. Эти процессы также стимулируют сотрудничество между странами и регионами, способствуя экономическому и социокультурному развитию через туризм. Компании, оперирующие на мировом рынке туризма, вынуждены адаптироваться к изменяющимся условиям, использовать передовые технологии и стратегии управления для успешной конкуренции в глобальной среде.

Задание 1. Осуществить Интернет-поиск и анализ структуры и содержания гостиничных предложений (по плану) брендов крупнейших гостиничных цепей мира (по 1 бренду и предложению).

Подготовить отчёт в электронном виде (включая титульный лист).

Методические указания.

План анализа структуры и гостиничных предложений брендов крупнейших гостиничных цепей мира:

1. Название гостиничной цепи, адрес официального сайта в Интернете, год создания, местонахождение штаб-квартиры (город, страна), основные показатели деятельности (количество стран, занятых, гостиниц, номеров).
2. Название бренда, адрес официального сайта в Интернете, год создания, основные показатели деятельности (количество стран, занятых, гостиниц, номеров), в том числе по России.
3. Характеристика одной из гостиниц бренда в России (название, местонахождение, адрес официального сайта в Интернете, год создания, класс отеля, количество номеров).
4. Содержание гостиничного предложения (варианты размещения, номеров, питания, стоимость 1 суток, наличие скидок).
5. Условия бронирования гостиницы.
6. Контактная информация.
7. Общая оценка содержания гостиничного предложения и его Интернет-маркетинга.

Таблица

Крупнейшие гостиничные цепи мира и их бренды

<i>Гостиничные цепи</i>	<i>Бренды</i>	<i>Студенты</i>
InterContinental Hotels Group (IHG)	InterContinental	
	Crowne Plaza	
	Hotel Indigo	
	Holiday Inn	
	Staybridge Suites	
Marriott International	Marriott Hotels & Resorts	
	Renaissance Hotels & Resorts	
	The Ritz-Carlton Hotel Company	
Hilton Worldwide	Hilton Hotels & Resorts	
	Hilton Garden Inn	
Accor Group	Novotel	
	Ibis	
Starwood Hotels and Resorts Worldwide	Sheraton	
	Carlson Radisson	
	Radisson Blu	
	Park Inn	
Hyatt Hotels Corporation	Hyatt Regency	
	Park Hyatt	
Kempinski Hotels	Kempinski	
Swissotel Hotels & Resorts	Swissotel	
AMAKS Hotels & Resorts	AMAKS	
Azimut Hotels	Azimut	

Форма контроля – доклад

3. ПЛАНЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Тема 1. Туризм как объект изучения. Классификация туризма

Понятие туризма. Категории туристов. Классификационные признаки туризма. Источники информации по международному туризму

Тема 2. Зарождение и развитие международного и российского туризма

Великие географические открытия. Вклад путешественников разных стран мира в исследование Земли. Место и роль туристской деятельности в жизни общества. Основные проблемы на разном этапе развития отрасли.

Тема 3. Факторы развития туризма. Статистика туризма

Районообразующие факторы. Статистика туризма. Метод сводки и группировки статистических показателей

Тема 4. Правовое регулирование в туристской деятельности

Государственное регулирование и система правового обеспечения туристской деятельности. Основные документы, регламентирующие туристскую деятельность. Стратегии развития. Основные понятия из федерального закона. Паспортные и визовые формальности

Тема 5. Туристский спрос и его география в мире. Основные виды туризма и технологии их организация

Туристский спрос. Сегментирование туристского рынка. Тенденции туристского спроса. География туристского спроса. Виды туризма. Технологии организации различных видов туризма.

Тема 6. Структура туристской индустрии

Понятие туристской индустрии. Функции и структура туристской индустрии. Туристские предприятия первичных услуг. Туристские предприятия вторичных услуг. Туристские организации. Индустрия гостеприимства. Индустрия транспорт. Индустрия развлечений. Индустрия экскурсионно-познавательных мероприятий.

Тема 7. Туристские ресурсы и туристские дестинации России и мира

Туристские ресурсы мира. Туристские ресурсы России. Туристские дестинации мира. Туристские дестинации России. Объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО.

Тема 8. Специфика туроператорской и турагентской деятельности

Понятия туроператорской и турагентской деятельности. Функции и задачи турагентов и туроператоров. Миссия туроператора. Классификация туроператоров и турагентов.

Тема 9. Формирование туристского продукта. Туристское предложение

Туристские продукт. Структура туристского продукта. Тур как туристский продукт. Формирование туристского продукта. Реализация туристского продукта. Продвижение туристского продукта.

Тема 10. Транснационализация и глобализация в туризме

Транснациональные компании на рынке международного туризма. ТНК в гостиничном хозяйстве. Влияние туристских ТНК на национальные экономики. Процессы глобализации в мировом туризме. Современная трансформация мировой индустрии туризма.

3. ЛИТЕРАТУРА И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

3.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

3.1.1. Перечень основной литературы:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. — М.: Аспект Пресс, 2022.
2. Кусков А.С. Основы туризма. — М.: Кнорус, 2023.
3. Папирян Г.А. Экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 2021.
4. Пайн Д., Гилмор Дж. Экономика впечатлений. — М.: Вильямс, 2020.
5. Хокен П., Ловинс Э. Устойчивый туризм: принципы и практика. — СПб.: Питер, 2021.
6. Бюхер Э. Цифровой туризм. — М.: Альпина Паблишер, 2022.
7. Egger R. Digital Tourism: Trends and Technologies. — Springer, 2023.

3.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Зорин И.В. Туристские ресурсы России. — М.: Советский спорт, 2021.
2. Сенин В.С. Организация международного туризма. — М.: Финансы и статистика, 2022.
3. Котлер Ф., Боуэн Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. — М.: Юрайт, 2023.
4. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. — М.: Финансы и статистика, 2021.
5. Современные тенденции в туризме: сборник кейсов / Под ред. Ивановой Е.В. — М.: ИНФРА-М, 2022.

3.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических занятий по дисциплине «Внутренний и международный туризм» для студентов специальности 43.03.02 Туризм [Электронная версия].

2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Внутренний и международный туризм» для студентов специальности 43.03.02 Туризм [Электронная версия].

3.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. КонсультантПлюс. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
2. Федеральная служба государственной статистики. — URL: <https://rosstat.gov.ru/>
3. Russia.travel. — URL: <https://russia.travel/>
4. UNWTO (Всемирная туристская организация ООН) — www.unwto.org
5. WTTC (Всемирный совет по туризму и путешествиям) — wttc.org
6. Skift — skift.com (глобальные тренды)
7. Tourism Review — tourism-review.com
8. STR — str.com (статистика по отелям и транспорту)
9. TravelPulse — www.travelpulse.com
10. PhocusWire — phocuswire.com (новости цифрового туризма)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по организации самостоятельной работы
по дисциплине «Внутренний и международный туризм»
для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) «Экономика впечатлений»

Ставрополь, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

2. ВАРИАНТЫ САМОСТОЯТЕЛЬНО ВЫПОЛНЯЕМОЙ РАБОТЫ

3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

ВВЕДЕНИЕ

Выполнение самостоятельной работы требует проявления творчества, умения отбирать необходимый материал и анализировать информацию.

Учебный план высших учебных заведений предусматривает студентами направления 43.03.02 Туризм самостоятельное решение ситуационных заданий по дисциплине «Внутренний и международный туризм», которая является важным звеном в выработке студентами навыков самостоятельного изучения науки и приобретении опыта самостоятельного получения и накопления знаний, что необходимо будущему дипломированному специалисту в его трудовой деятельности.

Настоящие методические указания обозначают порядок выполнения и оформления самостоятельной работы. Теоретическая часть работы должна отражать понимание студентом теоретического значения исследуемого вопроса. В итоге студент должен показать свою подготовленность к самостоятельному выполнению конкретной исследовательской и аналитической работы по изучению особенностей и технологий сервисной деятельности.

1. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Выполнение самостоятельной работы, является самостоятельной учебной работой студента, при этом цель ее выполнения состоит в систематизации знаний и представлений об особенностях делового общения в туризме.

Самостоятельная работа состоит из подготовки ответа на вопросы. Выбор вопроса производится в соответствии с п. 2.1.

Перед выполнением самостоятельной работы студенту необходимо:

- изучить теоретический и практический материал в соответствующих источниках литературы по данной дисциплине;

- ознакомиться со статистическими данными, публикуемыми в периодической печати и в статистических сборниках;

- ознакомиться со статьями периодической печати, освещающими вопросы самостоятельной работы.

Выполняемая самостоятельная работа должна соответствовать выбранному вопросу, содержание вопросов должно быть раскрыто полностью, при этом необходимо избегать шаблонного переписывания текстов учебников. Для доказательства определенной закономерности, обоснования выводов требуется привести цифровой материал, который служит доказательной базой. При решении поставленных задач необходимо использовать знания, полученные при самостоятельном изучении материала. Работа должна быть написана грамотно и разборчивым почерком. Ответы на вопросы самостоятельной работы должны быть конкретными, точными, без лишних отступлений. В процессе самостоятельного изучения материала и выполнения самостоятельной работы студенты могут пользоваться консультацией преподавателей.

2. ВАРИАНТЫ САМОСТОЯТЕЛЬНО ВЫПОЛНЯЕМОЙ РАБОТЫ

2.1 Вопросы (задача, задание) для проверки уровня обученности:

1. Туризм как объект изучения.
2. Классификация туризма.
3. Основные понятия и определения туризма как сферы деятельности.
4. Туризм как отрасль экономики.
5. Туризм как рынок.
6. Туризм как общественное движение.
7. Зарождение и развитие международного и российского туризма.
8. Территориальные перемещения в первобытном мире.
9. Путешествия в древнем мире.
10. Путешествия в первых веках нашей эры и в период средневековья.
11. Развитие мирового туризма в XVIII-XIX вв. Исторические вехи туризма XX в.
12. Зарождение и развитие российского туризма.
13. Первые путешественники. Географические открытия русских мореплавателей и путешественников.
15. Факторы развития туризма.
16. Статистика туризма. Методы статистического учета в туризме.
17. Правовое регулирование в сфере туризма.
18. Туристские формальности.
19. Туристский спрос и его география в мире.
20. Основные виды туризма и технологии их организация.
21. Сегментирование туристского рынка. Типы туристов.
22. География туристского спроса.
23. Понятия и структура туристской индустрии.
24. Туристский рынок и продвижение турпродукта.
25. Туристские ресурсы и туристские дестинации России и мира.
26. Понятие туристского потенциала и факторы, влияющие на него.
27. Туристский регион и туристская дестинация.
28. Специфика туроператорской и турагентской деятельности. Роль турагента и туроператора на туристском рынке.
29. Квалификационные требования к должностям работников индустрии туризм
30. Формирование туристского продукта.
31. Требования к качеству туристского продукта.
32. Сущность туристского предложения.
33. Жизненный цикл туристского продукта.
34. Продвижения туристского продукта
35. Транснационализация и глобализация в туризме.

2.2 Вопросы для подготовки к практическим занятиям:

1. Понятие туризм.
2. Категории туристов.

3. Классификационные признаки туризма.
4. Источники информации по международному туризму
5. Великие географические открытия.
6. Вклад путешественников разных стран мира в исследование Земли.
7. Место и роль туристской деятельности в жизни общества.
8. Основные проблемы на разном этапе развития отрасли.
9. Районообразующие факторы.
10. Статистика туризма. Метод сводки и группировки статистических показателей
11. Основные документы, регламентирующие туристскую деятельность.
12. Стратегии развития.
13. Основные понятия из федерального закона.
14. Паспортные и визовые формальности
15. Туристский спрос.
16. Сегментирование туристского рынка.
17. Тенденции туристского спроса.
18. География туристского спроса.
19. Виды туризма и технологии их организации.
20. Понятие туристской индустрии.
21. Функции и структура туристской индустрии.
22. Туристские предприятия первичных услуг.
23. Туристские предприятия вторичных услуг.
24. Объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО мира.
25. Объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО России.
26. Понятия туроператорской и турагентской деятельности.
27. Миссия, функции и задачи турагентов и туроператоров.
28. Классификация туроператоров и турагентов.
29. Туристские продукты. Структура туристского продукта.
30. Тур как туристский продукт.
31. Формирование, реализация и продвижение туристского продукта.
32. ТНК в гостиничном хозяйстве.
33. Влияние туристских ТНК на национальные экономики.
34. Процессы глобализации в мировом туризме.
35. Современная трансформация мировой индустрии туризма.

3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

3.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

3.1.1. Перечень основной литературы:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. — М.: Аспект Пресс, 2022.
2. Кусков А.С. Основы туризма. — М.: Кнорус, 2023.
3. Папирян Г.А. Экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 2021.
4. Пайн Д., Гилмор Дж. Экономика впечатлений. — М.: Вильямс, 2020.
5. Хокен П., Ловинс Э. Устойчивый туризм: принципы и практика. — СПб.: Питер, 2021.
6. Бюхер Э. Цифровой туризм. — М.: Альпина Паблицер, 2022.
7. Egger R. Digital Tourism: Trends and Technologies. — Springer, 2023.

3.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Зорин И.В. Туристские ресурсы России. — М.: Советский спорт, 2021.
2. Сенин В.С. Организация международного туризма. — М.: Финансы и статистика, 2022.
3. Котлер Ф., Боуэн Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. — М.: Юрайт, 2023.
4. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. — М.: Финансы и статистика, 2021.
5. Современные тенденции в туризме: сборник кейсов / Под ред. Ивановой Е.В. — М.: ИНФРА-М, 2022.

3.2. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. Методические указания по выполнению практических занятий по дисциплине «Внутренний и международный туризм» для студентов специальности 43.03.02 Туризм [Электронная версия].
2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов по дисциплине «Внутренний и международный туризм» для студентов специальности 43.03.02 Туризм [Электронная версия].

3.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. КонсультантПлюс. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
2. Федеральная служба государственной статистики. — URL: <https://rosstat.gov.ru/>
3. Russia.travel. — URL: <https://russia.travel/>
4. UNWTO (Всемирная туристская организация ООН) — www.unwto.org
5. WTTC (Всемирный совет по туризму и путешествиям) — wttc.org
6. Skift — skift.com (глобальные тренды)
7. Tourism Review — tourism-review.com
8. STR — str.com (статистика по отелям и транспорту)
9. TravelPulse — www.travelpulse.com
10. PhocusWire — phocuswire.com (новости цифрового туризма)