МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-ОСЕТИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ КОСТА ЛЕВАНОВИЧА ХЕТАГУРОВА»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР
_____ А.М. Дигурова
«24» 01 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Направление 38.03.01 Экономика

Профиль «Мировая экономика»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Владикавказ – 2017

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению 38.03.01 – Экономика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.11.2015 г., № 1327.

Составители: к.э.н., доцент О.Т.Цуциева

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры международных экономических отношений (протокол № 7 от «22» марта 2017 г.)

1. Структура, и общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

2.

	Очная форма обучения
Курс	3
Семестр	6
Лекции	16
Практические(семинарские) занятия	16
Итого аудиторных занятий	32
Самостоятельная работа	85
Форма контроля	
экзамен	27
Общее количество часов	144

Цели освоения дисциплины:

Целью изучения дисциплины является овладение компетенциями ФГОС ВО и базовыми теоретическими знаниями в области организации туристской деятельности и умение их использовать на практике, с целью проектирования и реализации туристского продукта.

Задачами курса являются:

- изучить современные тенденции развития индустрии гостеприимства и туризма и их влияние на основные подходы к организации данной деятельности;
- проанализировать организационные аспекты управления индустрией гостеприимства и туризма;
- изучить особенности и внешних факторов туроперейтинга;
- подробное изучение туристского продукта и его потребителей.

3. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 «Организация туристической деятельности» является дисциплиной по выбору вариативной части Блока 1 учебного плана профиля Мировая экономика.

Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и компетенции, полученные обучающимися в результате освоения дисциплин «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Международные экономические отношений глобальной экономики».

4. Требования к результатам освоения дисциплины

В совокупности с другими дисциплинами профиля «Мировая экономика» дисциплина «Международный туризм» направлена на формирование следующих **общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций** бакалавра экономики:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);

- способностью анализировать и интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей (ПК-6).

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- формы организации туристической деятельности в Российской Федерации
- особенности организации туристической деятельности в сфере туруслуг и в общественном питании.

- Уметь:

- оценивать спрос и потребности туристского рынка, запросы конкретных потребителей;
- корректировать цели и программу действий туристских организаций в зависимости от состояния рынка;
- самостоятельно приобретать новые знания в области туристской деятельности.

- Владеть:

- специальной терминологией и лексикой данной дисциплины;
- современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных в сфере туризма.

5. Содержание и учебно-методическая карта дисциплины

№	Наименование тем (вопросов), изучаемых по данной дисциплине	Занятия		Самостоятельная работа студентов		Формы контроля	Компетенции
		л	пр	Содержание	Часы		
1	Основные понятия туристской индустрии. Тур и его потребители	2	2	Рассмотреть особенности формирования турпакетов для различных групп туристов. Закон «Об основах туристской деятельности в РФ» - как основной инструмент регулирования тур деятельности в РФ.	10	Индивидуальное собеседование по теоретическим разделам. Работа с научной и учебной литературой	ОК-3, ПК-6
2	Туроператор – как субъект туристского рынка. Турпроектирование	2	2	«Международный турист», «Внутренний турист», «Экскурсант», «Путешественник». Определить наиболее эффективные с экономической точки зрения группы туристов	10	Индивидуальное собеседование по теоретическим разделам. Работа с научной и учебной литературой	
3	Концепция маркетинга в турпланировании. Внешняя среда туроператор	2	2	Использование компьютерных информационных технологий в тур-проектировании. Основные показатели эффективности проекта.	15	Индивидуальное собеседование по теоретическим разделам. Работа с научной и учебной литературой	ОК-3, ПК-6
4	Сегментирование туристского рынка	2	2	Понятие и значение дисконтирования. Стадии инвестиционного проекта.	10	Индивидуальное собеседование по теоретическим разделам. Работа с научной и учебной литературой	ОК-3, ПК-6
5	Маркетинговое исследование и анализ конкурентной среды	2	2	Проблемы разработки долгосрочных маркетинговых стратегий в	10	Индивидуальное собеседование по теоретическим разделам. Работа с научной и учебной литературой	ОК-3, ПК-6

				туризме. Стратегии глобализации и мультирегиональные стратегии в туризме.			
6	Определение фокус-группы. Дифференциация предложений туроператоров на конкурентном туристском рынке	2	2	Разработка анкеты – опросника. Провести анализ туристских ресурсов – как компонентов географической среды и объекты антропогенной деятельности, которые благодаря таким свойствам, как уникальность, историческая или художественная ценность, оригинальность, эстетическая привлекательность и целебно-оздоровительная значимость, могут быть использованы для организации различных видов и форм туристской деятельности.	10	Индивидуальное собеседование по теоретическим разделам. Работа с научной и учебной литературой	ОК-3, ПК-6
7	Позиционирование туров и туроператоров	2	2	Требования к формированию фокус-групп. Критерии дифференциации предложений туроператоров.	10	Индивидуальное собеседование по теоретическим разделам. Работа с научной и учебной литературой	
8	Планирование деятельности турпредприятия	2	2	Провести анализ сайтов туроператоров по выездному туризму Провести анализ сайтов по въездному туризму.	10	Индивидуальное собеседование по теоретическим разделам. Работа с научной и учебной литературой	
	Итого	16	16		85		

6. Образовательные технологии

Лекции, лекции-беседы, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

Используются интерактивные методы обучения: творческие задания, разработка проектов, исследовательский метод обучения, круглые столы, диспуты, семинары.

№/п.	Тема	Вид занятия	Количество часов	Активные формы	Интерактивные формы
1	Основные понятия туристской индустрии. Тур и его потребители	семинарское	2	Самостоятельная работа	Визуализации с презентацией в системе PowerPoint.
2	Туроператор – как субъект туристского рынка. Турпроектирование	семинарское	2	Самостоятельная работа	Визуализации с презентацией в системе PowerPoint.
3	Концепция маркетинга в турпланировании. Внешняя среда туроператор	семинарское	2	Самостоятельная работа	Визуализации с презентацией в системе PowerPoint.
4	Сегментирование туристского рынка	семинарское	2	Самостоятельная работа	Визуализации с презентацией в системе PowerPoint
5	Маркетинговое исследование и анализ конкурентной среды	семинарское	2	Самостоятельная работа	Визуализации с презентацией в системе PowerPoint.
6	Определение фокус-группы. Дифференциация предложений туроператоров на конкурентном туристском рынке	семинарское	2	Самостоятельная работа	Визуализации с презентацией в системе PowerPoint
7	Позиционировани е туров и туроператоров	семинарское	2	Самостоятельная работа	Визуализации с презентацией в системе PowerPoint
8	Планирование деятельности турпредприятия	семинарское	2	Самостоятельная работа	Визуализации с презентацией в системе PowerPoint

7 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Аудиторная самостоятельная работа выполняется студентами на лекциях, семинарских, практических, лабораторных занятиях, и, следовательно, преподаватель заранее выстраивает систему самостоятельной работы, учитывая все ее формы, цели, отбирая учебную и научную информацию и методические средства коммуникаций. Вопросы для самостоятельной работы студентов в целях подготовки к аудиторным занятиям предлагаются преподавателями в начале изучения дисциплины. Студенты имеют право выбирать дополнительно интересующие их темы для самостоятельной работы.

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов – планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская деятельность студентов, осуществляемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине включает следующие материалы:

1. Методические указания для самостоятельной работы по дисциплине
2. Методические материалы по выполнению рефератов
3. Планы семинарских занятий

8.Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, рубежной аттестации и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Типовые задания для практических(семинарских) занятий

Тема 1: Основные понятия туристской индустрии

1. Дать определение терминам «Туристская индустрия», «Туризм», Международный туризм».

1. Выявить критерии оценки турпотоков.
2. Оценить количество прибытий и выездов туристов в РФ за последние три года, проанализировать данные.

Тематика рефератов, докладов, эссе:

1. Создать самостоятельно описание недельного тура «Каникулы в Москве» для инострнных студентов. Выделить в данном описании составляющие турпакета, тура, дать предложения дополнительных услуг, заполнить ваучер на группу.

Тема 2: Тур и его потребители

1. Основные характеристики потребителей туристских продуктов.
2. Оценка основных потребительских свойств туристского продукта.
3. Классификация потребителей туристских продуктов.

Тематика рефератов, докладов, эссе:

1. На примере предприятия индустрии туризма провести анализ эффективности различных групп потребителей туристских продуктов.

Тема 3 Туроператор – как субъект туристского рынка. Тур-проектирование

1. Особенности туроперейтинга в РФ.
2. Понятие и функции туроперейтинга.
3. Методология тур-проектирования .

Тема 4 Концепция маркетинга в тур-планировании. Внешняя среда туроператора

1. Понятие и виды проектов.
2. Методы и критерии оценки инвестиционных проектов.
3. Инвестиционные стратегии в гостиничном бизнесе.

Тема 5 Особенности принятия стратегических решений в индустрии гостеприимства и туризма

1. Особенности стратегического планирования в туризме.
2. Особенности интеграционных процессов развития индустрии гостеприимства (франчайзинг и управленческие контракты).
3. Этапы разработки и реализации стратегии предприятия.

Тема 6 Маркетинговое исследование и анализ конкурентной среды

1. Понятие конкурентной среды туристского предприятия.
2. Методология организации маркетинговых исследований.
3. SWOT – анализ как инструмент оценки среды предприятия.

Тематика рефератов, докладов, эссе:

1. Оценить туристский потенциал – как совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации туристской деятельности на определенной территории. Соответственно туристский потенциал может оцениваться в разных масштабах: на уровне мира, страны, региона, района, конкретной местности.

Тема 7 Определение фокус-группы. Дифференциация предложений туроператоров на конкурентном туристском рынке

1. Особенности формирования фокус-группы.
2. Каким образом проводится анализ потребностей потребителей турпродуктов.
3. определение мотивационных аспектов потребителей турпродуктов.

Тема 8 Позиционирование туров и туроператоров Литература: Б-1,О-5

1. Программа позиционирования туров и туроператоров.
2. Подходы и уровни позиционирования туров и туроператоров.

Тема 9 Планирование деятельности туристского предприятия Литература: О-1,О-2

1. Особенности разработки тактических и операционных планов предприятия.
2. Подходы и уровни планирования в туризме.

Самостоятельная работа

Темы групповых и/или индивидуальных задач (заданий

Составить пэкидж-тур относительно выбранной студентом дестинации

Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии:

✓ 5 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓ 4 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓ 3 - баллов – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.

✓ 2 балла – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Критерии оценки презентации доклада, сообщения,
выполненных в форме презентации

	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный ответ

Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с привидением примеров и/или пояснений
Оценка	3 балла	5 баллов	8 баллов	10 баллов

Примерная тематика рефератов

1. Системы клубного отдыха (таймшер): история развития, достоинства и недостатки, тенденции развития.
2. Региональные международные организации отраслевого характера: виды, цели деятельности.
3. Специализированные учреждения ООН и сферы международного туризма, которые они регулируют.
4. Документ Акапулько и его роль в развитии международного регулирования туризма.
5. Туристско-рекреационные зоны РФ. Состояние современной материально-технической базы туризма и туристской инфраструктуры.
6. Выездной туристский поток: динамика, страны притяжения туристов из РФ, тенденции.
7. Въездной туристский поток: динамика, факторы, тормозящие рост въездного потока, страны – поставщики иностранных туристов, наиболее популярные места посещений.
8. Основные проблемы туристского рынка РФ.

9. SWOT-анализ Северной Осетии в свете международного туризма.
10. Современное использование и особенности туристических брендов.

Критерии оценки реферата/эссе

Максимальная оценка за реферат – 10 баллов. Объектами оценки эссе выступают: структура, содержание, работа с источниками и оформление.

Структура

Наличие плана (если он необходим), введения, заключения; основная часть структурирована логично; соотношение частей оптимально – 2 балла.

1 балл снимается за:

- нарушение логичности структуры реферата, неоптимальное соотношение структурных частей;
- отсутствие оглавления (если в работе выделены структурные части), введения либо заключения; отсутствие во введении постановки проблемы и актуальности работы; отсутствие в заключении выводов

Содержание

Во введении четко сформулирована исследовательская проблема, в заключении дан четкий вывод по данной проблеме, а в основной части данный вывод аргументирован методами количественного либо качественного анализа – 3 балла.

1 балл снимается за:

- отсутствие исследовательской проблемы в реферате;
- тема раскрыта не полностью, при доказательстве своей точки зрения упущены важные аргументы;
- отсутствие собственных выводов, работа – лишь компиляция различных источников.

Работа с источниками

Список литературы содержит современные источники разных типов (монографии, журнальные статьи, статистические данные и т.д.), в том числе на иностранном языке, все цитаты и факты сопровождаются указанием источника – 3 балла.

1 балл снимается за:

- систематическое отсутствие ссылок на источники приведенных данных, в списке литературы указаны источники, не использованные в работе;
- использование источников, не указанных в списке литературы или в сносках/примечаниях;
- использование устаревших источников информации, отсутствие источников на иностранном языке.

Оформление

Оформление работы грамотно, в строгом соответствии с требованиями, работа написана в соответствии с правилами и нормами русского языка – 2 балла.

1 балл снимается за:

- несоответствие оформления требованиям;
- систематические языковые ошибки.

Автоматически 0 баллов ставится за работу при выявлении плагиата (какая-либо часть текста заимствована из какого-либо источника без ссылок на него). **0 баллов ставится также за работу без ссылок на источники литературы.**

Требования к оформлению реферата

Объем реферата должен составлять не более 8000 знаков (без учета списка литературы и приложений). Материал следует располагать в следующей последовательности:

- Титульный лист;

- Оглавление;
- Введение;
- Основная часть работы;
- Заключение;
- Список использованной литературы;
- Приложения (если они необходимы).

Во введении должна быть раскрыта актуальность темы и осуществлена постановка проблемы. В основной части должна содержаться аргументация, помогающая дать ответ на поставленный в заглавии вопрос (разрешить поставленную во введении проблему). В заключении должны содержаться выводы, а также ответ на поставленный вопрос. При этом выделение структурных элементов «Введение», «Основная часть», «Заключение» соответствующими заголовками не требуется. Если структурные элементы не выделены отдельными заголовками, план работы представлять также необязательно.

Работа выполняется на одной стороне листа формата А4. Поля составляют: 30 мм слева, 10 мм справа и по 25 мм – сверху и снизу. Все листы должны быть пронумерованы, причем нумерация начинается со 2-й страницы (1-й страницей является титульный лист). Шрифт – Times New Roman, кегль – 12, междустрочный интервал – полуторный.

Использование рисунков и таблиц допускается как в тексте работы, так и в приложениях. На каждый рисунок и каждую таблицу должна быть ссылка в тексте работы. Каждый рисунок и каждую таблицу необходимо пронумеровать и озаглавить (в формате: Таблица 1. – Название таблицы)

Использование чужих текстов допускается только в виде цитат, которые оформляются кавычками и имеют ссылки на первоисточник. Эти ссылки могут быть сделаны в виде сносок в нижней части страницы с указанием автора, названия работы, города и года издания, номера страницы:

Вопросы к экзамену по дисциплине «Организация туристической деятельности».

1. Теории международного туризма.
2. Общие направления развития международного туризма. Рейтинг по количеству прибытий и доходам от прибытий. Региональный и межрегиональный туризм
3. Виды и измерение экономического воздействия туризма на экономику. Мультипликатор туризма.
4. Воздействие государства на туризм и политика развития туризма. Роль Всемирной туристской организации в развитии международного туризма.
5. Понятие и виды виз. Рекомендации ВТО по визовым формальностям
6. Железнодорожные перевозки в системе туристского перемещения.
7. Автоперевозки в системе туристского перемещения. Аренда автомобиля: виды и процедуры.
8. Авиаперевозки в системе туристского перемещения. Рейтинг авиакомпаний.
9. Морские круизы в системе туристского перемещения. Особенности организации и ценообразования.
10. Сущность туроперейтинга. Каковы основные различия между турагентом и туроператором. Типы туроперейтинга.
11. Структура и специфика договора между рецептивным и инициативным туроператорами
12. Виды договоров с гостиничными предприятиями, их состав и особенности.
13. Виды договоров с авиакомпанией и их специфика.
14. Договор с автотранспортным предприятием: структура и специфика.
15. Договор с железной дорогой и предприятием питания. Виды питания, утверждаемые в договоре.

16. Понятие, виды и структура турпродукта.
17. Потребительские свойства турпродукута.
18. Проектирование тура: этапы и требования.
19. Программа обслуживания: понятие, порядок составления и параметры, оказывающие влияние на уровень обслуживания.
20. Понятие и виды классов обслуживания
21. Туристский ваучер: структура и специфика его получения.
22. Особенности маркетинга в индустрии гостеприимства. Жизненный цикл гостиничного продукта.
23. Группы потребителей и их характеристики. Решение о приобретении продукта.
24. Понятия «4-х Р» и «7-ми Р» в гостиничном маркетинге.
25. Понятие и виды качества в гостиничном маркетинге. Точки соприкосновения.
26. Модель качества обслуживания и система управления качеством услуг в гостиничном маркетинге.
27. Разработка программы повышения качества обслуживания в гостинице.
28. Маркетинговый подход к управлению кадрами
29. Разработка нового продукта и торговой марки
30. Понятие и виды коммуникаций (реклама, PR, стимулирование сбыта, прямой маркетинг)
31. Системы бронирования в гостиничном бизнесе.
32. Страхование международного туризма.
33Формы управления гостиничными предприятиями.

В рамках Положения о балльно-рейтинговой системе СОГУ.

Фонд типовых тестовых заданий

На чем основано, по мнению А.Смита, богатство страны:
на промышленности
на торговле
на сельском хозяйстве
на наличии у нее товаров и услуг
на производительности труда

Кто создал теорию абсолютного преимущества:
Ф. Кене
Д. Рикардо
А. Смит
Ф. Лист
Р. Оуэн

Кто является автором теории сравнительного преимущества:
В. Леонтьев
Ф. Кене
Ф. Лист
А. Смит
Д. Рикардо

Какие затраты влияют на цену туристического продукта:
инвестиционные
технологические
транспорт, проживание и сопутствующие услуги

страховые
амортизационные

Назовите авторов теории соотношения факторов:
Хекшер и Олин
Леонтьев В.
Линдер С.
Буртон Р.
Булл А.

Что определяет теория соотношения факторов:
пропорции производства
соотношение капиталов
соотношение инвестиций
потоки международного туризма между странами
разницу пропорций

Какой политикой страна может усилить свое абсолютное преимущество:
инвестиционной
социальной
экономической
инновационной
международной

Какая политика позволяет создавать специфические продукты туризма и тем самым обеспечивать себе хорошую специализацию в международном туризме:
инвестиционная
социальная
инновационная
экономическая
международная

Какая теория может объяснить характер двусторонних обменов продуктами международного туризма как результат разницы цен между странами:
абсолютного преимущества
сравнительного преимущества
соотношения факторов
жизненного цикла продуктов
подобия стран

Назовите важный фактор производства туристского продукта для международного туризма:
природные ресурсы
экологические условия
демографические ресурсы
наличие инфраструктуры
сфера обслуживания

Какие факторы являются определяющими для формирования потоков иностранных туристов:
уровень сервиса
экономическая стабильность

уровень жизни населения
состояние инфраструктуры
природные ресурсы

Что является важным мотивом прибытия иностранных туристов:
неповторимость ландшафта
уровень жизни населения
политическая стабильность
историко-культурное наследие страны
природные ресурсы

Чем объясняется преимущественное развитие туризма в индустриально-развитых странах:
состоянием экономики
уровнем жизни населения
развитой инфраструктурой
большими инвестициями
природными ресурсами

Чем обусловлено сравнительное преимущество стран в международном туризме:
демографическими факторами
наличием трудовых ресурсов и уровнем их мастерства
природными ресурсами
климатическими факторами
трудоспособностью населения

Сколько стадий имеет эволюция туристского продукта согласно теории жизненного цикла продукта:
одну
две
три
четыре
пять

Назовите стадии эволюции продукта согласно теории жизненного цикла продукта:
внедрение, рост, зрелость, упадок
идея, обоснование, реализация
разработка, внедрение, эффект
зарождение, развитие, внедрение
обоснование, внедрение, реализация

Что является ключевым элементом туристского продукта в международном туризме:
туристский центр
цикл производства
эволюция продукта
внедрение
потребление

Как соотносится число туристов со стадией развития туристского продукта:
уменьшается
стабилизируется
растет
умножается

сокращается

Назовите негативную сторону бурного развития туризма:
оскудение природы
чрезмерное увеличение населения и нагрузки на места жизнеобеспечения
рост преступности
ухудшение экологических характеристик
демографические проблемы

Что происходит на стадии зрелости эволюции туристского продукта:
рост прибылей
стабилизация инвестиций
оптимальная загрузка центра туризма
замедление роста прибытия иностранных гостей
пик развития

Что происходит на заключительной стадии упадка туристского центра:
закрытие;
приватизация;
продажа центра;
рост инвестиций;
перепрофилирование.

Назовите автора теории подобия стран (теории спроса):
Булл А.
Буртон Р.
Линдер С.
Леонтьев В.
Хекшер О.

От каких факторов зависят международные туристские обмены:
инвестиционных
демографических
политических
от объема спроса и дифференциации туристского продукта
экономических

Что оказывает сильное влияние на туристские потоки и их международное распределение
протекционизм
курсы валют
уровень жизни населения
цены на товары
цены на услуги

Где отражаются все международные операции страны:
в текущих операциях
в движении капиталов
в платежном балансе
в валовом внутреннем продукте
в банковской сфере

Мультипликатор продаж измеряет:

дополнительные обороты бизнеса в результате увеличения расходов туриста
объем дополнительного производства в экономике за счет увеличения расходов туристов
дополнительные доходы (заработная плата, арендная плата, проценты от ссуд и прибыли), образующиеся в экономике в результате увеличения расходов туристов
мультипликатор занятости характеризует количество рабочих мест, созданных за счет дополнительных расходов туристов

Мультипликатор доходов измеряет
дополнительные обороты бизнеса в результате увеличения расходов туриста
объем дополнительного производства в экономике за счет увеличения расходов туристов
дополнительные доходы (заработная плата, арендная плата, проценты от ссуд и прибыли), образующиеся в экономике в результате увеличения расходов туристов
мультипликатор занятости характеризует количество рабочих мест, созданных за счет дополнительных расходов туристов

Мультипликатор занятости характеризует:
дополнительные обороты бизнеса в результате увеличения расходов туриста
объем дополнительного производства в экономике за счет увеличения расходов туристов
дополнительные доходы (заработная плата, арендная плата, проценты от ссуд и прибыли), образующиеся в экономике в результате увеличения расходов туристов
количество рабочих мест, созданных за счет дополнительных расходов туристов

Мультипликатор производства измеряет:
дополнительные обороты бизнеса в результате увеличения расходов туриста
объем дополнительного производства в экономике за счет увеличения расходов туристов
дополнительные доходы (заработная плата, арендная плата, проценты от ссуд и прибыли), образующиеся в экономике в результате увеличения расходов туристов
количество рабочих мест, созданных за счет дополнительных расходов туристов

На поведение потребителей оказывают влияние следующие переменные:
референтные группы
семья
класс, определяемый происхождением
жизненный цикл человека
все ответы верны
нет правильного ответа

Что из перечисленного не входит в алгоритм принятия решения о покупке:
поиск информации
поведение до покупки
осознание потребности
поведение после покупки

Назовите группы международных путешественников:
путешественник, гость
мореплаватель, альпинист
землепроходец, первооткрыватель
турист, отдыхающий
иностранный гость, иностранный турист, экскурсант

Как именуется иностранный гость, который не ночует в стране пребывания, а возвращается, например, на судно или поезд, на котором он прибыл в страну:

гость
экскурсант
турист
путешественник
отдыхающий

Чему соответствует географическое сосредоточение международных туристских обменов:
инфраструктуре туризма
природно-климатическим зонам
социально-экономическим факторам
географической концентрации торговли
уровню гостеприимства

К статичным факторам, влияющим на развитие туризма, относят:
природно-климатические факторы
географические и культурно-исторические факторы
природно-климатические, географические и культурно-исторические факторы
политические и социально-демографические факторы
финансово-экономические и материально-технические факторы
политические, социально-демографические, финансово-экономические и материально-технические факторы

К динамичным факторам, влияющим на развитие туризма, относят:
природно-климатические факторы
географические и культурно-исторические факторы
природно-климатические, географические и культурно-исторические факторы
политические и социально-демографические факторы
финансово-экономические и материально-технические факторы
политические, социально-демографические, финансово-экономические и материально-технические факторы

К каким процессам чувствителен международный туризм:
социальным
экономическим
демографическим
к колебаниям обменного курса
гуманитарным

К экстенсивным факторам развития международного туризма относятся: рост численности работников,
политическая и финансовая нестабильность
техническое совершенствование материально-технической базы
увеличение количества вовлекаемых в оборот материальных ресурсов
криминогенная обстановка
неблагополучная экологическая ситуация,

К интенсивным факторам развития международного туризма относятся:
повышение квалификации персонала
строительство новых объектов туризма
развитие профессионально-квалификационной структуры
рост цен
ужесточение туристских формальностей

К сдерживающим факторам развития международного туризма относятся: кризисы
милитаризация экономики
строительство новых объектов туризма

Как называется отношение новых инвестиций к увеличению производства и доходов:
мультипликатор
акселератор
коэффициент
капиталовложения
уравнения

Как называется отношение изменений одного из ключевых экономических показателей к изменению расходов туристов
коэффициент доходов
норма прибыли
аналитический показатель
мультипликатор туризма
коэффициент расходов

Какой показатель измеряет объем дополнительного производства в экономике за счет увеличения расходов туристов:
мультипликатор продаж
показатель расходов
коэффициент производства
коэффициент измерений
мультипликатор производства

Какие проблемы являются основными для экономического анализа туризма:
сервиса
финансирования
гостиничного хозяйства
инвестиций
управление

Кто является связующим звеном между продавцами туристского продукта и их потребителями:
брокеры
менеджеры
посредники
агентства
Как называются лица, специализирующиеся на производстве туристского пакета (продукта):
туроператоры
агентства
посредники
продавцы
менеджеры

Назовите основных продавцов туристского пакета (продукта):
турагентства
туроператоры

посредники
брокеры
менеджеры

Назовите розничных продавцов туристского пакета (продукта):
туроператоры
посредники
менеджеры
брокеры
турагенты

Назовите первый этап разработки нового туристского продукта:
разработка концепции нового продукта
отбор идей
генерация идей
бизнес-анализ
разработка стратегии маркетинга

Назовите второй этап разработки нового туристского продукта:
разработка концепции нового продукта
отбор идей
генерация идей
бизнес-анализ
разработка стратегии маркетинга

Назовите третий этап разработки нового туристского продукта:
разработка концепции нового продукта
отбор идей
генерация идей
бизнес-анализ
разработка стратегии маркетинга

Тестовые задания второй рубежной контрольной

Количество вопросов в тесте - 53

Количество вопросов в одном варианте теста - 15

Время, отведенное на одно тестирование, – 20 минут

Система оценивания:

- за правильный ответ (независимо от типа задания и темы) – 2 балла;

- за неправильный ответ – 0 баллов.

Основными элементами комплекса маркетинга являются:
персонал, квалификация, обучение
потребление услуг, окружение
ценовая, продуктовая стратегия
коммуникационная, сбытовая стратегия
туристский продукт, цена, сбыт, место

Целенаправленную деятельность туристской фирмы по распространению положительных сведений о себе и своем продукте определяет:
пропаганда
реклама
коммуникационная стратегия
информация
продуктовая стратегия

Под качеством туруслуги понимается:
свойства и характерные особенности услуги, вызывающие чувство удовлетворения у потребителя
отсутствие недостатков, усиливающие состояние удовлетворенности у клиента

Техническое качество – это:
процесс предоставления услуги
это то, с чем остается клиент после взаимодействия со служащими
это качество убеждения, которое не может быть оценено потребителем до предоставления услуги
ответственность гостиницы при разработке и предоставлении услуг таким образом, когда свойства таких услуг исключают возможность причинения вреда клиенту

Функциональное качество – это:
процесс предоставления услуги
это то, с чем остается клиент после взаимодействия со служащими
это качество убеждения, которое не может быть оценено потребителем до предоставления услуги
ответственность гостиницы при разработке и предоставлении услуг таким образом, когда свойства таких услуг исключают возможность причинения вреда клиенту

Этическое качество – это:
процесс предоставления услуги
это то, с чем остается клиент после взаимодействия со служащими
это качество убеждения, которое не может быть оценено потребителем до предоставления услуги
ответственность гостиницы при разработке и предоставлении услуг таким образом, когда свойства таких услуг исключают возможность причинения вреда клиенту

Общественное качество – это:
процесс предоставления услуги
это то, с чем остается клиент после взаимодействия со служащими
это качество убеждения, которое не может быть оценено потребителем до предоставления услуги
ответственность гостиницы при разработке и предоставлении услуг таким образом, когда свойства таких услуг исключают возможность причинения вреда клиенту

Под точкой соприкосновения понимается:
продажа турпродукта в туроператорской фирме
ситуация, в которой происходит контакт между клиентом и работником гостиницы
продажа турпродукта в турагентстве

Под сервисным страхованием в международном туризме понимается:

возможность уплаты медицинского обеспечения клиентом в стране нахождения с последующей ее компенсацией страховой компанией
отсутствие необходимости оплаты клиентом медицинской услуги при наступлении страхового случая в стране пребывания
нет правильного ответа

Под компенсационным страхованием в международном туризме понимается:
возможность уплаты медицинского обеспечения клиентом в стране нахождения с последующей ее компенсацией страховой компанией
отсутствие необходимости оплаты клиентом медицинской услуги при наступлении страхового случая в стране пребывания
нет правильного ответа

Маркетинг в туризме означает:
правильный продукт
правильный продукт в правильном месте
правильный продукт в правильном месте и по правильной цене

4Р в гостиничном маркетинге означают:
продукт
физическое окружение
цена
продвижение
место
персонал

К формам управления отелем относятся:
аренда
франчайзинг
траст

Маркетинговый подход к управлению кадрами включает в себя:
процесс найма
обучение персонала
наказание работника

К факторам, оказывающих влияние на поведение потребителей в туризме, относятся:
культура
референтные группы
класс
жизненный цикл
семья

Комплекс маркетинга туризма, который описывает стратегию отношений «компания – персонал», - это комплекс:
внутреннего маркетинга
внешнего маркетинга
регионального маркетинга

Комплекс маркетинга туризма, который описывает стратегию отношений «компания – потребитель», - это комплекс:
внутреннего маркетинга

внешнего маркетинга
двустороннего маркетинга

Комплекс маркетинга туризма, который описывает стратегию отношений «персонал – потребитель», - это комплекс:
внутреннего маркетинга
внешнего маркетинга
двустороннего маркетинга

Маркетинг организаций сферы услуг, используемый для эффективной мотивации сотрудников, непосредственно контактирующих с клиентами, есть:
внутренний маркетинг
внешний маркетинг
двусторонний маркетинг

Маркетинг организаций сферы услуг, который предполагает, что воспринимаемое качество услуг в значительной степени зависит от качества взаимодействия покупателя и продавца, это:
внутренний маркетинг
внешний маркетинг
двусторонний маркетинг

Степень мотивации сотрудника или усилия, которые сотрудник готов приложить к исполнению своих должностных обязанностей, относится к категории:
продукт;
цена;
способ доведения продукта до потребителя;
продвижение продукта

Некоторые аспекты корпоративной культуры туристической фирмы относятся к категории:
продукт;
цена;
способ доведения продукта до потребителя;
продвижение продукта

Согласно матрицы SWOT, активность конкурентов является:
возможностью
слабой стороной
сильной стороной
угрозой

Определение гостиничного предприятия как лидера в предоставлении гостиничных услуг 4-звездочной категории оценивается как:
возможность
слабая сторона
сильная сторона
угроза

Третье место в городе по популярности среди других гостиниц аналогичного класса оценивается как:
возможность
слабая сторона

сильная сторона
угроза

Что из перечисленного рассматривается как подход к маркетингу:
производство
продукт
продвижение
продажа
место
потребитель
финансовый результат
цена

К интенсивным факторам развития международного туризма относятся:
повышение квалификации персонала
строительство новых объектов туризма
развитие профессионально-квалификационной структуры
рост цен
ужесточение туристских формальностей

К сдерживающим факторам развития международного туризма относятся: кризисы
милитаризация экономики
строительство новых объектов туризма

Назовите первый этап разработки нового туристского продукта:
разработка концепции нового продукта
отбор идей
генерация идей
бизнес-анализ
разработка стратегии маркетинга

Назовите второй этап разработки нового туристского продукта:
разработка концепции нового продукта
отбор идей
генерация идей
бизнес-анализ
разработка стратегии маркетинга

Назовите третий этап разработки нового туристского продукта:
разработка концепции нового продукта
отбор идей
генерация идей
бизнес-анализ
разработка стратегии маркетинга

Процесс осуществления услуги и, как следствие, ее качество, в системе двустороннего маркетинга, рассматривается как:

продукт
цена
способ доведения продукта до потребителя
продвижение продукта

Степень соучастия потребителя в процессе, а также реальная цена услуги, получаемая фирмой рассматривается как:

продукт
цена
способ доведения продукта до потребителя
продвижение продукта

Стиль поведения, выбранный сотрудником компании для общения с потребителем, рассматривается как:

продукт
цена
способ доведения продукта до потребителя
продвижение продукта

Информационные потоки, создающиеся и поддерживающиеся сотрудниками компании, рассматриваются как:

продукт
цена
способ доведения продукта до потребителя
продвижение продукта

Что является ключевым элементом туристского продукта в международном туризме:
туристский центр
цикл производства
эволюция продукта
внедрение
потребление

Как соотносится число туристов со стадией развития туристского продукта:
уменьшается
стабилизируется
растет
умножается
сокращается

Назовите негативную сторону бурного развития туризма:
оскудение природы
чрезмерное увеличение населения и нагрузки на места жизнеобеспечения
рост преступности
ухудшение экологических характеристик
демографические проблемы

Мультипликатор продаж измеряет:
дополнительные обороты бизнеса в результате увеличения расходов туриста
объем дополнительного производства в экономике за счет увеличения расходов туристов
дополнительные доходы (заработная плата, арендная плата, проценты от ссуд и прибыли), образующиеся в экономике в результате увеличения расходов туристов
мультипликатор занятости характеризует количество рабочих мест, созданных за счет дополнительных расходов туристов

Мультипликатор доходов измеряет
дополнительные обороты бизнеса в результате увеличения расходов туриста
объем дополнительного производства в экономике за счет увеличения расходов туристов
дополнительные доходы (заработная плата, арендная плата, проценты от ссуд и прибыли), образующиеся в экономике в результате увеличения расходов туристов
мультипликатор занятости характеризует количество рабочих мест, созданных за счет дополнительных расходов туристов

Мультипликатор занятости характеризует:
дополнительные обороты бизнеса в результате увеличения расходов туриста
объем дополнительного производства в экономике за счет увеличения расходов туристов
дополнительные доходы (заработная плата, арендная плата, проценты от ссуд и прибыли), образующиеся в экономике в результате увеличения расходов туристов
количество рабочих мест, созданных за счет дополнительных расходов туристов

Мультипликатор производства измеряет:
дополнительные обороты бизнеса в результате увеличения расходов туриста
объем дополнительного производства в экономике за счет увеличения расходов туристов
дополнительные доходы (заработная плата, арендная плата, проценты от ссуд и прибыли), образующиеся в экономике в результате увеличения расходов туристов
количество рабочих мест, созданных за счет дополнительных расходов туристов

На поведение потребителей оказывают влияние следующие переменные:
референтные группы
семья
класс, определяемый происхождением
жизненный цикл человека
все ответы верны
нет правильного ответа

Что из перечисленного не входит в алгоритм принятия решения о покупке:
поиск информации
поведение до покупки
осознание потребности
поведение после покупки

Назовите группы международных путешественников:
путешественник, гость
мореплаватель, альпинист
землепроходец, первооткрыватель
турист, отдыхающий
иностранный гость, иностранный турист, экскурсант

Как именуется иностранный гость, который не ночует в стране пребывания, а возвращается, например, на судно или поезд, на котором он прибыл в страну:
гость
экскурсант
турист
путешественник
отдыхающий

Чему соответствует географическое сосредоточение международных туристских обменов:
инфраструктуре туризма
природно-климатическим зонам
социально-экономическим факторам
географической концентрации торговли
уровню гостеприимства

К статичным факторам, влияющим на развитие туризма, относят:
природно-климатические факторы
географические и культурно-исторические факторы
природно-климатические, географические и культурно-исторические факторы
политические и социально-демографические факторы
финансово-экономические и материально-технические факторы
политические, социально-демографические, финансово-экономические и материально-технические факторы

К динамичным факторам, влияющим на развитие туризма, относят:
природно-климатические факторы
географические и культурно-исторические факторы
природно-климатические, географические и культурно-исторические факторы
политические и социально-демографические факторы
финансово-экономические и материально-технические факторы
политические, социально-демографические, финансово-экономические и материально-технические факторы

К каким процессам чувствителен международный туризм:
социальным
экономическим
демографическим
к колебаниям обменного курса
гуманитарным

К экстенсивным факторам развития международного туризма относятся: рост численности работников,
политическая и финансовая нестабильность
техническое совершенствование материально-технической базы
увеличение количества вовлекаемых в оборот материальных ресурсов
криминогенная обстановка
неблагополучная экологическая ситуация,

К интенсивным факторам развития международного туризма относятся:
повышение квалификации персонала
строительство новых объектов туризма
развитие профессионально-квалификационной структуры
рост цен
ужесточение туристских формальностей

К сдерживающим факторам развития международного туризма относятся: кризисы
милитаризация экономики
строительство новых объектов туризма

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Электронные библиотечные системы, обеспечивающие реализацию образовательной программы 38.03.01 Экономика ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова»

№№	Наименование Электронного ресурса	Принадлежность	Адрес сайта	Сведения о право обладателе	№ договора на право использования ЭБС	Срок действия заключённого договора	Кол-во точек доступа/ пользователей	Характеристика доступа
1.	**ЭБС "Университетская библиотека Online"**	Сторонняя	http://www.biblioclub.ru	ООО «Некс-Медиа»	Договор №171-12,2019 от 10.02.2020	10.02.2020г. - 31.12.2020г.	7000	По IP-адресу безлимитный
2.	**Электронная библиотека диссертаций РГБ (ЭБД РГБ)**	Сторонняя	https://dvs.rsl.ru	ФГБУ "РГБ"	Договор №095/04/0130 От 01.07.2019	05.08.2019г. -05.11.19г. В связи с пандемией доступ продлен до 23.11..2020г.		в читальном зале НБ СОГУ безлимитный
3.	**Электронная библиотека «Консультант студента»**	Сторонняя	http://www.studmedlib.ru/	ООО «Политехресурс»	Договор №208СЛ/01-2020	26.01-2020г.-26.02.2021г.	300ключей доступа. 300 карт доступа	Безлимитный
4.	**Научная электронная библиотека eLibrary.ru**	Сторонняя	http://elibrary.ru	ООО "Научная электронная библиотека"	Лицензионное соглашение № 5051 от 02.09.2009 г.	Бессрочное	Кол-во доступов не ограничено	Безлимитный
5.	**База данных «ЭБС elibrary»**			ООО РУНЭБ	Договор № SU-20-12/2016-1 от 28.12.2016 г. Лицензионное соглашение № 4758	29.12.2016 г.-28.12.2026 г.	Кол-во доступов не ограничено	По IP-адресу безлимитный
6.	**Электронная библиотека «Юрайт»**	Сторонняя	biblio-online.ru	ООО «Юрайт»	Договор №32008816384	01.03.2020 г. -28.02 2021 г.	Кол-во доступов не ограничено	По IP-адресу безлимитный

а) основная литература:

1. Сухов, Р.И. Организация туристской деятельности: учебник: [16+] / Р.И. Сухов. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016. – 267 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462032 . – Библиогр.: с. 228-230. – ISBN 978-5-9275-2003-9. – Текст: электронный.
2. Рассохина, Т. В. Организация туристской индустрии: менеджмент туристских дестинаций: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Рассохина. - 2-е изд. - Москва: Издательство Юрайт, 2020.-210 с.- (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-12302-9. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/448693

б) дополнительная литература

1. Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм: учебник для вузов / Д. В. Севастьянов. - 2-е изд., перераб. и доп.- Москва: Издательство Юрайт, 2020.- 327 с.- (Высшее образование).- ISBN 978-5-534-08873-1. - Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/455490
2. Христов, Т. Т. География туризма: учебник для вузов / Т. Т. Христов.- Москва : Издательство Юрайт, 2020.- 273 с.- (Высшее образование).- ISBN 978-5-534-13905-1. - Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/467217
3. 1.Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник / под ред. И.П. Николаевой, Л.С. Шаховской. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 242 с.: ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573170 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03592-0. – Текст: электронный.
4. Сухов, Р.И. Гостиничное хозяйство международных туристских дестинаций: учебник / Р.И. Сухов; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2016. – 196 с.: схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493320 – Библиогр.: с. 162. – ISBN 978-5-9275-2191-3. – Текст: электронный.

в) Интернет-ресурсы

Рекомендуемые интернет-адреса :
www.rata.ru – Российская ассоциация туристических агентств
www.tourbis.ru - Журнал для профессионалов «Турбизнес»
www.tppp.ru – Журнала для профессионалов «Туризм: практика, проблемы, перспективы»
www.krugosvet.ru – Страны мира
www.strana-oz.ru – Страны мира
www.mcd-pkt.com – Публикации по гостиничному бизнесу
www.turbook.ru – Литература и статьи по туризму
www.hospitality.ru – Маркетинг гостиниц и ресторанов
www.prootel.ru – Исследование гостиничного бизнеса
www.s-fivestars.ru - Исследование гостиничного бизнеса
www.hotelconsulting.ru Исследование гостиничного бизнеса

10 Материально-техническое оснащение дисциплины:

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, демонстрационное оборудование - мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Windows 8.1 Professional; Office Standard 2010; Антивирусное программное обеспечение Kasperksy Total Security; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; КонсультантПлюс; Гарант; Moodle, Cisco Webex; учебно-наглядные пособия	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд.411

Учебные аудитории для занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: преподавательский стол; стул; столы обучающихся; стулья; кафедра; классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), ноутбук, колонки, программное обеспечение: Windows 8.1 Professional;Office Standard 2010; Антивирусное программное обеспечение Kasperksy Security Cloud; Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ»; Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний»; Консультант плюс; Гарант; Moodle, Cisco Webex.	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд. 411
Лаборатории - компьютерные классы для текущего контроля (тестирование): преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), колонки, ПК преподавателя, ПК обучающихся, программное обеспечение: Windows 7.1 Professional;Office Standard 2016; WinRar; Microsoft Visio; MicrosoftVisual studio; Kaspersky Security Cloud; КонсультантПлюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ».	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд.403, 404
Помещения для самостоятельной работы: - компьютерные классы с доступом к ресурсам сети Интернет: преподавательский стол, преподавательский стул, столы обучающихся, стулья, классная доска, мультимедийный комплекс (проектор, экран), колонки, ПК преподавателя, ПК обучающихся, программное обеспечение: Windows 7.1 Professional;Office Standard 2016; WinRar; Microsoft Visio; MicrosoftVisual studio; Kaspersky Security Cloud; КонсультантПлюс, Гарант, Программа для ЭВМ «Банк вопросов для контроля знаний», Система поиска текстовых заимствований «Антиплагиат.ВУЗ - библиотека, в том числе читальный зал: столы, стулья, ПК для обучающихся, программное обеспечение, учебные и научные фонды библиотеки СОГУ, доступ к электронным библиотечным ресурсам: ЭБС "Университетская библиотека Online" http://www.biblioclub.ru Электронная библиотека диссертаций РГБ (ЭБД РГБ) https://dvs.rsl.ru Электронная библиотека «Консультант студента» http://www.studmedlib.ru/ Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru База данных «ЭБС elibrary» http://elibrary.ru Электронная библиотека «Юрайт» http://biblio-online.ru	Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46, учебный корпус №3, ауд. 404 Российская Федерация, 362025, Республика Северная Осетия-Алания, г.Владикавказ, ул. Церетели, 16.

11. Лист актуализации

2018-2019 учебный год

1. Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 28.11.2018 г. № 1069):

- В связи со сменой учредителя принят новый Устав ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова».

2. Вступление в силу Положения о разработке и реализации основных профессиональных образовательных программ СОГУ (приказ № 382 от 28.12.2018 г)

- Изменен макет РПД, обновлены образовательные технологии дисциплин профиля, учебно-методическое и программное обеспечение образовательного процесса

3. Вступление в силу Положения о расписании ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагурова» (Приказ СОГУ № 49 от 05.03.2018 г. «Об утверждении Положений»).

4. Обновлен список литературы для подготовки к сдаче государственного экзамена.

5. Обновлен перечень Электронных библиотечных систем, обеспечивающих доступ к литературе

Изменения в Рабочей программе обсуждены и одобрены для реализации в 2018-2019 уч.году на заседании кафедры международных экономических отношений от «26» марта 2018г., протокол № 7.

2019-2020 учебный год

1. ***Положение об электронном обучении и дистанционных образовательных технологиях в ФГБОУ ВО «СОГУ» (пр.№ 49 от 25.02.19 г.)***

- Установлен внутренний регламент электронного обучения и использования дистанционных образовательных технологий. Начало работы портала дистанционного обучения СОГУ на новой образовательной платформе (lms.nosu.ru)

2. ***Вступление в силу Положения о практике обучающихся в ФГБОУ ВО «СОГУ» (пр.№378 от 30.12.2019 г.):***

- Уточнен порядок прохождения практик, регламент заключения договоров с базами практик обучающихся.

3. ***Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования программам - бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29.06.2015 N 636 (ред. от 27.03.2020)***

4. **Обновление лицензионного программного обеспечения**
   - Реестр программных ресурсов
     СПС «Гарант» (договор 01.2020г. -12.2021г.)

5. **Обновлен список литературы для подготовки к сдаче государственного экзамена.**

6. **Обновлен перечень Электронных библиотечных систем, обеспечивающих доступ к литературе**

Изменения в Рабочей программе обсуждены и одобрены для реализации в 2019-2020 уч.году на заседании кафедры международных экономических отношений от «21» марта 2019г., протокол № 7

2020-2021 учебный год

1. **Обновлен список литературы для подготовки к сдаче государственного экзамена.**

2. **Обновлен перечень Электронных библиотечных систем, обеспечивающих доступ к литературе**

Изменения в Рабочей программе обсуждена и одобрена для реализации в 2020-2021 уч.году на заседании кафедры международных экономических отношений от «23» марта 2020г., протокол № 7.

2020-2021 учебный год

1. **Федеральный закон Российской Федерации «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. № 273 – ФЗ (в ред. от 31.07.2020 г. №304 - ФЗ).**

2. **Обновление лицензионного программного обеспечения**

Реестр программных ресурсов

- Cisco Webex - Система проведения вебинаров. Договор ООО Айстек договор № Д83-2020 от 10.08.2020 - 10.08.2021г

Изменения в Рабочей программе обсуждены и одобрены для реализации на заседании кафедры международных экономических отношений 31 августа 2020г. протокол №1.