

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность:

Дата подписания: 19.04.2025 20:16:05

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Т.К. Платонова

«20» мая 2025 г.

**Рабочая программа дисциплины
Трансграничное развитие в туризме**

Направление подготовки

43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) программы бакалавриата

43.03.02.01 Туроператорская и турагентская деятельность

Для набора 2025 года

Квалификация

Бакалавр

КАФЕДРА Антикризисное и корпоративное управление**Распределение часов дисциплины по семестрам / курсам**

Курс Вид занятий	4		Итого	
	уп	рп		
Лекции	2	2	2	2
Практические	2	2	2	2
Итого ауд.	4	4	4	4
Контактная работа	4	4	4	4
Сам. работа	100	100	100	100
Часы на контроль	4	4	4	4
Итого	108	108	108	108

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 28.02.2025 г. протокол № 9.

Программу составил(и): к.э.н., доцент, Воловик М.Е.

Зав. кафедрой: к.э.н., доцент Т.Ю. Синюк

Методический совет: д.э.н., доцент М.А. Суржиков

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование у обучающихся знаний в области трансграничного сотрудничества в туризме, организационных основ трансграничного туризма и особенностей его реализации
-----	---

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- особенности формирования туристского продукта в зависимости от социально-исторических, этических и философских аспектов туристской дестинации (соотнесено с индикатором УК-5.1)

Уметь:

- проводить анализ туристской дестинации и выявлять главные особенности социально-исторического, этического и философского характера, влияющие на формирование туристского продукта (соотнесено с индикатором УК-5.2)

Владеть:

- навыками разработки концепции и содержания туристского продукта в зависимости от социально-исторических, этических и философских аспектов туристской дестинации (соотнесено с индикатором УК-5.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Раздел 1. Теоретические и организационные основы трансграничных процессов в туризме

№	Наименование темы, краткое содержание	Вид занятия / работы / форма ПА	Семестр / Курс	Количество часов	Компетенции
1.1	Тема 1. Понятие "трансграничности". Исторические, экономические, социальные и другие предпосылки развития трансграничного развития в туризме в мире и в России. Принцип трансграничности во внешнеэкономической деятельности.	Лекционные занятия	4	2	УК-5
1.2	Тема 1. Понятие "трансграничности". Исторические, экономические, социальные и другие предпосылки развития трансграничного развития в туризме в мире и в России. Принцип трансграничности во внешнеэкономической деятельности.	Практические занятия	4	2	УК-5
1.3	Тема 2. Ресурсный потенциал, необходимый для развития трансграничного туризма. Преимущества и возможные последствия развития трансграничного туризма.	Самостоятельная работа	4	15	УК-5
1.4	Тема 3. Туристские кластеры и возможности формирования трансграничных туристских кластеров в РФ.	Самостоятельная работа	4	15	УК-5
1.5	Тема 4. Проектирование трансграничных туристских продуктов. Принцип комплементарности объектов при планировании туристских продуктов. Конкурентные преимущества преимуществ трансграничных туристских продуктов. Трансграничное сотрудничество туроператоров и турагентов.	Самостоятельная работа	4	15	УК-5
1.6	Тема 5. Информационная обеспеченность дестинаций и объектов туризма при формировании трансграничных туристских продуктов. Инфраструктура, необходимая для развития трансграничного туризма	Самостоятельная работа	4	10	УК-5
1.7	Тема 6. Национально-культурные особенности регионов и стран, влияющие на особенности формирования туристского продукта для развития трансграничного туризма	Самостоятельная работа	4	15	УК-5
1.8	Тема 7. Мировой и российский опыт развития трансграничного туризма. Факторы, лимитирующие развитие трансграничного туризма в России и мире.	Самостоятельная работа	4	15	УК-5
1.9	Теоретические основы внешнеэкономической деятельности. Теоретические основы межрегионального сотрудничества. Межрегиональные кластеры. Районирование территорий.	Самостоятельная работа	4	15	УК-5
1.10	Подготовка к промежуточной аттестации	Зачет	4	4	УК-5

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Учебные, научные и методические издания

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Библиотека / Количество
1	Воскресенский В. Ю.	Международный туризм: учеб. пособие	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008	Библиотека РГЭУ (РИНХ) / 34 экз.
2	Нигматулина Р. А.	Внешнеэкономическая деятельность в сфере услуг: учебное пособие	Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2013	ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
3	Драчева, Я. В., Лазовская, С. В.	Экономика туризма: рабочая тетрадь. учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012	ЭБС «IPR SMART»
4		ЭКО: всероссийский экономический журнал: журнал		ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
5	Болотина, М. А., Попадина, Ж. П., Турьгина, С. И., Зиневич, Н. В., Кадук, И. Л.	Международный туризм. International Tourism: практическое пособие по английскому языку для студентов iv - v курсов отделения «социально-культурный сервис и туризм»	Калининград: Калининградский государственный университет, 2004	ЭБС «IPR SMART»

5.2. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС КонсультантПлюс

ИСС Гарант

Ассоциация туроператоров России <https://www.atorus.ru>Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru>

5.3. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

Libre Office

5.4. Учебно-методические материалы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах			
Знать особенности формирования туристского продукта в зависимости от социально-исторических, этических и философских аспектов туристской дестинации	Поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	Полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	Вопросы к зачету (1-37), тест (1-20), комплект практических заданий (1-3), кейс-задание, презентация (1-14)
Уметь проводить анализ туристской дестинации и выявлять главные особенности социально-исторического, этического и философского характера, влияющие на формирование туристского продукта	Поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	Полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	Вопросы к зачету (1-37), тест (1-20), комплект практических заданий (1-3), кейс-задание, презентация (1-14)
Владеть навыками разработки концепции и содержания туристского продукта в зависимости от социально-исторических, этических и философских аспектов туристской дестинации	Поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	Полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	Вопросы к зачету (1-37), тест (1-20), комплект практических заданий (1-3), кейс-задание, презентация (1-14)

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале

84-100 баллов (зачтено)

0-49 баллов (не зачтено)

2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы к зачёту

1. Принцип трансграничности во внешнеэкономической деятельности приграничных регионов.
2. Бассейновая концепция экономических исследований и экспертных оценок территориальной структуры хозяйства приграничных регионов.
3. Значение экономических исследований и экспертных оценок в осуществлении внешнеэкономической деятельности на региональном уровне.
4. Оценка ресурсного потенциала для трансграничного сотрудничества в сфере оказания туристских услуг.
5. Методика оценки природного, социально- культурного и экономического потенциала приграничных регионов для формирования трансграничных туристских кластеров.
6. Организационные основы и отличительные особенности трансграничного туризма
7. Основные особенности планирования, проектирования и осуществления трансграничных туров.
8. Проектирование трансграничных туристских маршрутов по принципу комплементарности объектов.
9. Конкурентные преимущества трансграничных туров на международном рынке туристических услуг.
10. Трансграничное сотрудничество туроператоров и турагентов.
11. Районирование территории для осуществления трансграничного туризма.
12. Благоприятные факторы трансграничного сотрудничества в области туризма.
13. Влияние безвизового режима на развитие трансграничного туризма.
14. Доступность и привлекательность туристских объектов.
15. Информационная обеспеченность трансграничного туризма как благоприятный фактор развития турпродукта.
16. Развитие инфраструктуры, связанной с трансграничным туризмом.
17. Лимитирующие факторы развития трансграничного туризма: общая характеристика
18. Визовые ограничения и пограничные режимы как основные лимитирующие факторы трансграничного туризма.
19. Инфраструктурные ограничивающие факторы, определяющие эффективность осуществления трансграничных туров.
20. Социально-экономические факторы, ограничивающие трансграничный туризм
21. Проблемы международного страхования и развитие трансграничного туризма.
22. Проблемы информационного обеспечения трансграничного туризма
23. Пути уменьшения влияния лимитирующих факторов на развитие трансграничного туризма.
24. Трансграничные туры социально-культурной направленности
25. Формирование трансграничных туристских маршрутов социально- культурной направленности с учетом интересов и предпочтений потребителей.
26. Экскурсионные туры в приграничных регионах.
27. Шоп-туры и особенности их организации на трансграничных территориях.
28. Деловой трансграничный туризм.
29. Научные трансграничные туры и экспедиции и особенности их организации.
30. Особенности организации природных трансграничных туров.
31. Баланс комфортности и безопасности в организации и проектировании трансграничных туристских маршрутов.
32. Спортивные и приключенческие туры в приграничных регионах, включая экстремальные.
33. Виды спортивного и приключенческого туризма, наиболее эффективные и перспективные для развития на трансграничных территориях.
34. Экологические трансграничные туры и особенности их проектирования и осуществления.
35. Виды экологического туризма и формы экотуристской деятельности, наиболее эффективные и перспективные для развития на трансграничных территориях.
36. Инновационные виды туризма и формы организации туристической деятельности в трансграничном туризме
37. Мировой опыт трансграничного сотрудничества в сфере оказания туристских услуг

Критерии оценивания:

– 50-100 баллов (зачтено) – минимальным критерием является наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия

по применению знаний на практике

– 0-49 баллов (не зачтено) – ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы».

Тесты

Выберите один или несколько ответов:

1. Капитал, вложенный в формирование и реализацию нового туристского продукта:

- а) как правило, быстро себя окупает;
- б) окупается достаточно медленно;
- в) как правило, не окупается

2. Земля выступает в туристской отрасли:

- а) фактором производства;
- б) туристским ресурсом;
- в) фактором

3. "Туристский импорт" характеризуется:

- а) потоком денег в страну;
- б) потоком туристов в страну;
- в) потоком туристов и денег из страны

4. При организации поездки за границу:

- а) 100 % денег, вложенных туристом в поездку остается за границей;
- б) часть денег остается в стране проживания туриста, если доставка осуществляется отечественной транспортной компанией, и если турист покупал тур у инициативного туроператора в своей стране;
- в) как правило, "львиная доля" денег остается в стране - отправителе туриста

5. Наиболее влиятельной туристской организацией в мире является:

- а) Международная ассоциация мирового туризма (МТ);
- б) Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО);
- в) Всемирная туристская организация (ЮНВТО).

6. На какой тип бронирования номера в гостинице уходит больше всего времени:

- а) бронирование "по запросу";
- б) бронирование "в режиме on-line";
- в) через глобальные компьютерные системы бронирования

7. Стоимость размещения одного человека в одноместном номере будет:

- а) равна стоимости размещения одного человека в двухместном номере;
- б) выше стоимости размещения одного человека в двухместном номере;
- в) ниже стоимости размещения одного человека в двухместном номере

8. Производителями туристского продукта являются:

- а) турагенты;
- б) туроператоры;
- в) поставщики туристских услуг.

9. Турагент является посреднической организацией:

- а) между поставщиками услуг и туроператором;
- б) между поставщиками услуг и туристами;
- в) между туроператором и туристами

10. Сфера деятельности по направлениям и странам:

- а) у туроператора шире, чем у турагента;
- б) у турагента шире, чем у туроператора;
- в) примерно одинакова как у туроператоров, так и у турагентов

11. Рецептный туроператор:

- а) отправляет туристов за рубеж или другие регионы страны;
- б) это туроператоры на приеме, т.е. комплектующие туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов;
- в) ориентируют турпакеты назначением в пределах страны происхождения;

12. "Активный туризм" означает:

- а) отправку туристов;
- б) прием туристов;
- в) то же, что "активный отдых".

13. Спрос на турпродукты характеризуется

- а. Эластичностью
- б. Замещаемостью
- в. Рациональностью выбора
- г. Зависимостью от наличия сертификата качества

14. Сегментация предложения турпродукта

- а. обеспечивает быстрые темпы продаж турпродукта
- б. снижает риски работы турфирмы
- в. ведет к повышению затрат на рекламную продукцию
- г. изменяет технологии работы в паре «агент – оператор»

15. Требования к брендовым турпродуктам дестинации

- а. Аутентичность
- б. Уникальность
- в. Специализация кадров
- г. Соответствие тенденциям развития туризма
- д. Включенность в другие турпродукты дестинации
- е. Поддержка регионального бюджета

16. Визовый режим — это:

- а. условия (правила) получения визы и особый порядок пересечения государственной границы, установленный государством, как в одностороннем порядке, так и на основании договоренностей между государствами.
- б. нормативно-правовые акты РФ, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей;
- в. ущемляющие права потребителя режимы, по сравнению с условиями, установленными федеральными законами.

17. Договор о едином визовом и туристском пространстве принят

- а. в Европейском Союзе
- б. в странах БРИК
- в. в Скандинавии

18. Ведущие проблемы внутреннего туризма России

- а. несоответствие качества сервиса мировым стандартам
- б. неосвоенность туристских ресурсов
- в. низкий внутренний туристский поток
- г. жесткая конкуренция туристских фирм
- д. повышение ставок страхования в сфере туризма

19. Виза — это:

- а. специальное разрешение иностранного правительства на въезд и транзитный проезд через его территорию;
- б. специальное разрешение иностранного правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию;
- в. специальное разрешение иностранного правительства на проживание или транзитный проезд через его территорию.

20. Перечислите основные типы визовых режимов:

- а. «страны с безвизовым режимом», «усложненный визовый режим», «страны шенгенской зоны» и «сложные страны»;
- б. «страны с безвизовым режимом», «упрощенный визовый режим», «страны шенгенской зоны» и «сложные страны».
- в. «страны с безвизовым режимом», «упрощенный визовый режим», «страны шенгенской зоны» и «легкие страны».

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20 баллов.

- 15-20 баллов - выставляется обучающемуся, если он ответил правильно на 100-85% заданий теста
- 8-14 баллов - выставляется обучающемуся, если он ответил на 84-69% заданий теста;
- 5-7 баллов - выставляется обучающемуся, если он ответил на 68-50% заданий теста
- 0-4 баллов - выставляется обучающемуся, если он ответил менее чем на 50% теста.

Комплект практических заданий

Практическое задание № 1

На основании открытых данных составьте обзор туристских брендов различных территорий.

Регион	Бренд (маршрут, логотип и т.д.)	Описание

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20 баллов.

- 20 баллов - выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, а также максимально широко использует технические возможности программных продуктов и разнородные формы представления информации;
- 19-11 балла - выставляется обучающемуся, если он раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 10-1 балла - выставляется обучающемуся, если он обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- 0 баллов - выставляется обучающемуся, если он не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Практическое задание № 2

Охарактеризовать потенциал и маршруты российских регионов (по выбору студентов), которые имеют перспективы для объединения и формирования трансграничного туризма.

Какие туристские ресурсы наиболее привлекательны? Результаты представьте в виде презентации.

Европейский Север.

Мурманская область.
Республика Карелия.
Вологодская область.
Архангельская область.

Центр России.

Калининградская область.
Псковская область.
Санкт-Петербург и Ленинградская область. Новгородская область.
Смоленская область.
Москва и Московская область.
Тульская область.
Ивановская область, Владимирская, Рязанская, Костромская, Нижегородская области, республика Татарстан, Ульяновская область, Самарская область, Пермский край, Свердловская область, Челябинская, Курганская области.

Юг России.

Ростовская область,
Краснодарский край,
республики Адыгея, Дагестан,
Ставропольский край,
Кабардино-Балкария,
Волгоградская, Астраханская области.

Сибирь и Дальний Восток.

Области: Омская, Новосибирская, Кемеровская, Иркутская, Амурская.
Алтайский край и Республика Алтай, Бурятия.
Края: Красноярский, Хабаровский, Приморский.
Сахалин и Курильский острова.
Азиатский Север.

Практическое задание № 3

Абсолютные и относительные преимущества стран в производстве туристического продукта.

Цель: изучить теорию абсолютных и относительных преимуществ стран в производстве туристического продукта, а также проанализировать значение теории для современного рынка въездного туризма.

Теоретическая часть: раскрыть теорию абсолютных и относительных преимуществ стран в производстве туристического продукта.

Практическая часть: произвести сравнительный анализ абсолютных и относительных преимуществ России в сравнении с выбранной каждым студентов страны мира.

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20 баллов. Каждое практическое задание оценивается в 10 баллов.

– 10 баллов - выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития

решения проблемы, если это возможно, а также максимально широко использует технические возможности программных продуктов и разнородные формы представления информации;

– 9-6 балла - выставляется обучающемуся, если он раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

– 5-1 балла - выставляется обучающемуся, если он обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

– 0 баллов - выставляется обучающемуся, если он не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Кейс-задание

Как превратить территорию в туристскую мекку. Проблемы позиционирования

Описание ситуации:

Развитие российских регионов связывают с туризмом, который был «объявлен» одним из основных источников привлечения инвестиций, руководители практически всех краев, областей и муниципальных образований заговорили о необходимости повышать туристскую привлекательность своих территорий. Однако далеко не всегда усилия, затраченные на создание интересной достопримечательности или туристского объекта, приводят к желаемому увеличению потока туристов в эти города и регионы. Почему так происходит, и как создать «правильный турпродукт» на конкретной местности? Например, очень часто создатели достопримечательностей игнорируют специфику туристских маршрутов, проходящих по соседству. Когда путешествующие по Большому Золотому Кольцу туристы осматривают на маршруте более 70 соборов и монастырей, то заманить экскурсионную группу в еще одну восстановленную церковь поблизости будет затруднительно. Гораздо эффективнее в этой ситуации будет «сменить картинку», отстроившись от объектов-конкурентов. Так, в Ярославской области недавно запатентовали экскурсию-игру «Ярославль Первый»: что-то вроде детской игры «Казачьи разбойники», объединяющей познавательную викторину и прогулку по городу.

Во-вторых, грамотно созданная достопримечательность не должна быть «одинок»: важно разместить на прилегающей территории сопутствующие услуги и объекты, способные привлечь внимание туристов. И наконец, сложно рассчитывать на большой поток туристов, если туробъект не уникален. Очередной музей валенка, утюга или крестьянского быта может быть замечательным, но вряд ли туристы специально поедут в другой город посмотреть на избу с печкой и прялкой. В то же время, даже при отсутствии особых культурных памятников или исторических шедевров туробъект может быть успешен. Главное — обнаружить дополнительные, часто неочевидные, ресурсы и возможности. Объектом для формирования туристской Мекки и позиционирования территории предлагается выбрать Ольхонский район. Территория района составляет 15,9 тыс. кв. км. Район отстал в своём социально-экономическом развитии и нуждается в поддержке. Уровень жизни ниже среднего, чем по Иркутской области. Доля населения, имеющего доход ниже прожиточного минимума – 57 %, в то время как в среднем по области – 23,3 % (2013 г.). Транспортная удаленность от областного центра, от железных дорог и аэропорта тоже отрицательно сказывается на социальных условиях. Вместе с тем, район располагает определенными ресурсами для своего развития. К таким ресурсам можно отнести:

- пастбищные ресурсы Тажеранской степи и острова Ольхон как возможные ресурсы для развития сельского хозяйства; однако из-за климатических условий, а также из экологических соображений перспективное значение этих ресурсов ограничено;

- рыбные запасы Байкала и особенно Малого моря;

- охотничьи угодья, способные привлекать туристов, но находящиеся в составе

Прибайкальского национального парка, что налагает серьезные ограничения на их использование;

- уникальные и известные повсеместно водные, рекреационные, природно-ландшафтные ресурсы побережья озера Байкал и острова Ольхон;

- наличие в основном постоянного населения, адаптированного к условиям жизнедеятельности в районе и образующего его трудовой потенциал;

- различные памятники оригинальной культуры, сформировавшиеся на стыке различных этнических традиций;

- само по себе географическое положение: относительно Байкала, относительно Иркутска (район представляет собой рекреационный хинтерланд Иркутской агломерации, а развитие туризма рассматривается как одно из важнейших направлений развития Юга области).

Перспективы рекреационного развития Ольхонского района ограничиваются экологическими соображениями. Туризм считают обычно экологичным видом деятельности, однако он связан также с множеством негативных тенденций, в первую очередь – в сфере экологии и культуры. Массы туристов несут с собой большие количества разнообразных отходов, а при невысокой культуре ещё привносят и сознательное разрушение и порчу природных объектов. Нарастающий поток туристов при слабой развитости обслуживающей инфраструктуры приводит к растущему загрязнению побережья Байкала. Ситуация усугубляется тем, что туристический сезон очень короток (2-3 месяца в году) и количество удобных для проживания точек весьма ограничено. Это приводит к значительной концентрации экологической нагрузки, с которой биоценоз не справляется.

Задания:

А) Предложите направления, которые могут составить основу стратегии развития Ольхонского района, используя методику SWOT-анализа. Можно (а необязательно) воспользоваться данными таблицы 1.

Б) Как, на ваш взгляд, правильно позиционировать данную территорию?

Таблица 1 – Исходная информация для проведения SWOT-анализа Ольхонского района

<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. рекреационные ресурсы (природные и антропогенные) 2. санитарно-курортные (лечебные грязи, минеральные источники) ресурсы 3. социокультурный фактор (благожелательное отношение местного населения к туристам) 4. имеется достаточное количество фактически незанятых или частично занятых, которые могут быть использованы в обслуживании туристов 5. инфраструктура рекреационного кластера (туристические базы (и гостиницы), общественное питание (столовые, кафе), транспорт, сельскохозяйственный комплекс, срочные службы (полиция, скорая помощь, службы МЧС) 6. сектор дополнительных услуг, предоставляемых туристам. 	<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. сезонность <u>туристического бизнеса</u>; 2. суровый климат 3. экологические ограничения; 4. слабо развитая инфраструктура 6. недостаточная поддержка развития кластера на уровне местного самоуправления и региональной администрации 7. не хватает квалифицированного персонала 8. узкий спектр предложений для детей, молодежи, туристов среднего класса по средним ценам 9. недостаточное количество проектов по решению проблем повышения доходов от туризма в период снижения спроса на туристские услуги 10. несоответствие цен на услуги индустрии туризма качеству предоставляемых услуг (необоснованно завышенные цены даже по мировым стандартам)
<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. уменьшение сезонности туризма (развитие зимнего туризма) 2. расширение рынка предоставляемых туристических услуг 3. возможности развития различных видов познавательного туризма (например, исторического туризма) 4. транспортное строительство, электрификация района 5. появление серьезных инвесторов 6. развитие инфраструктуры 7. легализация туристического бизнеса 	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. высокая вероятность стихийных бедствий 2. <u>загрязнение окружающей среды</u> 3. отказ участников кластера от сотрудничества 4. неблагоприятная криминальная обстановка.

8. улучшение имиджа района, как туристического объекта	
9. укрепление сети туристских агентств	

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20 баллов

- 15-20 баллов - выставляется обучающемуся, если он демонстрирует глубокое и прочное усвоение программного материала - полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы - свободно справляющиеся с поставленными задачами, знания материала, - правильно обоснованные принятые решения, - владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ;
- 10-14 баллов - выставляется обучающемуся, если он демонстрирует знание программного материала - грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, - правильное применение теоретических знаний - владение необходимыми навыками при выполнении практических заданий;
- 5-9 баллов - выставляется обучающемуся, если он демонстрирует усвоение основного материала - при ответе допускаются неточности - при ответе недостаточно правильные формулировки - нарушение последовательности в изложении программного материала - затруднения в выполнении практических заданий;
- 1-4 балла - выставляется обучающемуся, если он демонстрирует слабое знание программного материала, - при ответе возникают ошибки - затруднения при выполнении практических заданий.
- 0 баллов - выставляется обучающемуся, если он не демонстрирует знание программного материала, - задания не выполнены

Темы презентаций

1. Экономически высокоразвитые страны в системе международного туризма
2. Экономически слаборазвитые страны в системе международного туризма
3. Страны Зарубежной Европы в системе международного туризма
4. Природные условия и ресурсы стран зарубежной Азии как фактор развития международного туризма
5. Новые индустриальные страны Восточной и Юго-Восточной Азии в системе международного туризма
6. Позиции стран Азии в системе международного туризма
7. Природные условия и ресурсы стран Африки как фактор развития международного туризма
8. Позиции США в системе международного туризма
9. Природные условия и ресурсы стран Латинской Америки как фактор развития международного туризма
10. Природные условия Канады как фактор развития международного туризма
11. Страны Центральной Америки в системе международного туризма
12. Страны Вест – Индии в системе международного туризма
13. Ла – Платские страны в системе международного туризма
14. Андские страны в системе международного туризма

Критерии оценивания:

Максимальное количество баллов – 20 баллов.

- 15-20 баллов - выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, а также максимально широко использует технические возможности программных продуктов и разнородные формы представления информации;
- 10-14 баллов - выставляется обучающемуся, если презентация не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему и если обучающийся раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- 5-9 баллов - выставляется обучающемуся, если презентация не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему, приводится только одна точка зрения на проблему, обучающийся обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

– 0-4 баллов - выставляется обучающемуся, если презентация не содержит собственные взгляды обучающегося на проблему, приводится только одна точка зрения на проблему, суть проблемы раскрыта не полностью, обучающийся не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачета. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются темы представленных разделов, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, структурирующие изучаемые темы курса, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе занятий посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.