

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.12.2024 12:37:30

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

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины
Трансграничное развитие в туризме**

Направление 43.03.02 Туризм

Направленность 43.03.02.01 Туроператорская и турагентская деятельность

Для набора 2023 года

Квалификация
Бакалавр

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

Курс	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 25.06.2024 г. протокол № 18.

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

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

Методический совет направления: д.э.н., профессор Суржиков М.А.

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:

- 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 / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
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. / Лек /	4	2	УК-5	Л1.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
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. / Пр /	4	2	УК-5	Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3	Тема 2. Ресурсный потенциал, необходимый для развития трансграничного туризма. Преимущества и возможные последствия развития трансграничного туризма. / Ср /	4	15	УК-5	Л1.1, Л1.3, Л2.1
1.4	Тема 3. Туристские кластеры и возможности формирования трансграничных туристских кластеров в РФ. / Ср /	4	15	УК-5	Л1.1, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.5	Тема 4. Проектирование трансграничных туристских продуктов. Принцип комплементарности объектов при планировании туристских продуктов. Конкурентные преимущества трансграничных туристских продуктов. Трансграничное сотрудничество туроператоров и турагентов. / Ср /	4	15	УК-5	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.6	Тема 5. Информационная обеспеченность дестинаций и объектов туризма при формировании трансграничных туристских продуктов. Инфраструктура, необходимая для развития трансграничного туризма / Ср /	4	10	УК-5	Л1.3, Л2.1
1.7	Тема 6. Национально-культурные особенности регионов и стран, влияющие на особенности формирования туристского продукта для развития трансграничного туризма / Ср /	4	15	УК-5	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.8	Тема 7. Мировой и российский опыт развития трансграничного туризма. Факторы, лимитирующие развитие трансграничного туризма в России и мире. / Ср /	4	15	УК-5	Л1.2, Л1.3, Л2.1
1.9	Теоретические основы внешнеэкономической деятельности. Теоретические основы межрегионального сотрудничества. Межрегиональные кластеры. Районирование территорий. / Ср /	4	15	УК-5	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2
1.10	/ Зачёт /	4	4	УК-5	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л2.1, Л2.2

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Воскресенский В. Ю.	Международный туризм: учеб. пособие	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008	34
Л1.2	Драчева, Я. В., Лазовская, С. В.	Экономика туризма: рабочая тетрадь. учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2012	https://www.iprbookshop.ru/9767.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Болотина, М. А., Попадина, Ж. П., Турыгина, 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	https://www.iprbookshop.ru/23798.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Нигматулина Р. А.	Внешнеэкономическая деятельность в сфере услуг: учебное пособие	Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2013	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272462 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.2		ЭКО: всероссийский экономический журнал: журнал	Новосибирск: Редакция журнала «ЭКО», 2018	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=492552 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС КонсультантПлюс
ИСС Гарант
База статистических данных Росстата <http://www.gks.ru/>
Ассоциация туроператоров России <https://www.atorus.ru>
Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru><https://tourism.gov.ru/>

5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС
Libre Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов 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			
З 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	<i>Т – тесты (1-37) П- презентации (1-14) ВЗ (вопросы к зачёту 1-37)</i>
У 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	<i>К – кейсовое задание П – презентации (1-14) ВЗ (вопросы к зачёту 1-37)</i>
В разработки концепции и содержания туристского продукта в зависимости от социально-исторических,	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать	<i>ПЗ – практические задания (1-3) ВЗ (вопросы к зачёту 1-37)</i>

этических и философских аспектов туристской дестинации	данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	
--	--	--	--

1.2 Шкалы оценивания:

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

Зачёт:

84-100 баллов (зачет)

0-49 баллов (незачет)

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 (зачет) – 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 (незачет) – 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 письменные

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 производства и туристским ресурсом одновременно

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. Рецептивный 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 оценки:

оценка «отлично» (15-20 баллов) выставляется обучающемуся, если он ответил правильно на 100-85% заданий теста

оценка «хорошо» (8-14 баллов), если обучающийся ответил на 84-69% заданий теста;

оценка «удовлетворительно» (5-7 баллов), если обучающийся ответил на 68-50% заданий теста

оценка «неудовлетворительно» (0-5 баллов), если обучающийся ответил менее чем на 50% теста.

Практическое задание № 1

На основании открытых данных составьте обзор туристских брендов различных территорий.

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

Критерии оценивания:

- «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;

- «10-14 баллов», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

- «5-9 балла», если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

- «0-4 балла», если студент 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.

Критерии оценивания:

- «9-10 баллов» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- «6-8 баллов», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- «3-5 балла», если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- «0-2 балла», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

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 студентом страны мира.

Критерии оценивания:

- «9-10 баллов» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- «6-8 баллов», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- «3-5 балла», если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- «0-2 балла», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Кейсовое 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 «одинока»: 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 туристкой 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 серьёзные 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 приносят 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?

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

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

Критерии оценки:

15-20 баллов, если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями

по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

10-14 баллов, если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

5-9 баллов, если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

0-4 баллов, если не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.

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 Вост – Индии в системе международного туризма
13. Ла – Платские страны в системе международного туризма
14. Андские страны в системе международного туризма

Критерии оценки:

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;

10-14 баллов, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

5-9 баллов, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

0-4 баллов, если студент 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 зачёта.

Зачет проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в зачётном задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день зачёта. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, 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.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад и презентацию по теме занятия. 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. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную 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.