**Ф 27- 026**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ГРОДНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ   
ИМЕНИ ЯНКИ КУПАЛЫ»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | **УТВЕРЖДАЮ**  Проректор по учебной работе |
|  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Г.А. Гачко |
|  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (дата утверждения) |
|  | Регистрационный № ПГЭ -\_\_\_/\_\_\_ |

**ПРОГРАММА**

**ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

по специальности

для студентов

специальности 1-89 01 01 Туризм и гостеприимство

2020

**ПРОГРАММА РАЗРАБОТАНА КАФЕДРОЙ**

**ТУРИЗМА И КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ**

Заведующий кафедрой – В.Е. Лявшук, кандидат исторических наук

Рецензенты:

|  |  |
| --- | --- |
|  | Ли Чон Ку**,** заведующий кафедрой международного бизнеса и маркетинга учреждения образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», кандидат экономических наук, доцент |
|  | К.И. Караченцев, заместитель директора Частного туристического унитарного предприятия «Студия отдыха», кандидат экономических наук |

Рассмотрена и рекомендована к утверждению методической комиссией факультета истории, коммуникации и туризма

Протокол № от \_\_\_\_\_\_\_\_2020 г.

Рекомендована к утверждению Советом факультета истории, коммуникации и туризма

Протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_2020 г.

Рекомендована к утверждению Советом университета

Протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_2020 г.**1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

**1.1. Основные документы, на основе которых разработана программа государственного экзамена**

Программа государственного экзамена по специальности разработана:

* на основе образовательного стандарта высшего образования Республики Беларусь ОСВО 1-89 01 01-2013, утвержденного и введенного в действие постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 30.08.2013 г. № 88;
* в соответствии с действующими типовыми учебными программами и учебными программами по дисциплинам, вынесенным на государственный экзамен;
* на основе методики проведения государственных экзаменов с использованием проектного подхода по специальностям I ступени получения высшего образования учреждения образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы», разработанной в соответствии с Концепцией практико-ориентированного образования, утвержденной приказом ректора № 66 от 28.01.2015, требованиями Кодекса Республики Беларусь об образовании;
* в соответствии с Правилами проведения аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования, утвержденными постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 29.05.2012 № 53.
  1. **1.2. Цели и задачи государственного экзамена, метод его проведения**

Цель государственного экзамена– проверка и оценка соответствия уровня и качества подготовки выпускников требованиям государственного образовательного стандарта, включая обязательный и вузовский компоненты. Основная задача государственного экзамена – определение теоретической и практической подготовки каждого выпускника к выполнению профессиональных задач, соответствующих его профилю квалификации.

Государственный экзамен носит комплексный, системный, междисциплинарный характер и ориентирован на выявление у выпускников общепрофессиональных и специальных знаний и умений.

К государственному экзамену по специальности допускаются лица, завершившие полный курс по профессиональной образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие аттестационные испытания, предусмотренные учебным планом.

Программа государственного экзамена предполагает проведение итоговой аттестации выпускников с использование проектного подхода, направленного на выявление степени сформированности у выпускников академических, профессиональных и социально-личностных компетенций, необходимых для присвоения квалификации в соответствии с профилем осваиваемой образовательной программы первой ступени высшего образования.

В соответствии с Правилами аттестации студентов, курсантов, слушателей при освоении содержания образовательных программ высшего образования государственный экзамен по специальности проводится по билетам. В билеты включаются два задания:

- компьютерное тестирование по дисциплинам «Менеджмент в туризме и гостеприимстве», «Маркетинг в туризме» и «Экскурсоведение»

- практико-ориентированное задание, представляющее собой конкретную ситуацию, регулярно возникающую в процессе осуществления туристической деятельности, решение которой требует владения знаниями, умениями и навыками комплекса дисциплин «Менеджмент в туризме и гостеприимстве», «Маркетинг в туризме» и «Экскурсоведение».

Проведение государственного экзамена с использованием проектного подхода проводится в 2 этапа:

1 этап - выявление теоретической подготовки выпускников по дисциплинам государственного экзамена «Менеджмент в туризме и гостеприимстве», «Маркетинг в туризме» и «Экскурсоведение», усвоение которых должно быть продемонстрировано в виде компьютерного тестирования по вопросам, составленным в соответствии с Программой государственного экзамена по специальности. (Банк вопросов для компьютерного тестирования находится по ссылке https://edu.grsu.by/mod/quiz/view.php?id=689967)

2 этап – всесторонняя подготовка и демонстрация решения одного из практико-ориентированных заданий, зафиксированных в экзаменационном билете. Практические задания составлены на основе тридцати бизнес-кейсов. Каждый кейс содержит описание ситуаций, регулярно возникающих в процессе организации въездного, выездного и внутреннего туризма, и основан на реальном практическом материале. Студенты должны согласно полученному заданию, связанному с конкретным кейсом, провести анализ, оценить ситуацию, разобраться в сути проблемы и предложить возможные решения и рекомендации.

Результаты проведенного анализа и предложенные рекомендации и решения необходимо оформить с помощью приложения Microsoft Power Point.

При выставлении итоговой отметки по государственному экзамену учитываются результаты знаний студента по всем выполненным заданиям − тестированию и практико-ориентированному заданию.

**1.3. Перечень дисциплин, вынесенных на государственный экзамен**

В соответствии с учебным планом специальности 1-89 01 01 Туризм и гостеприимство на государственный экзамен вынесены следующие дисциплины:

1. Менеджмент в туризме и гостеприимстве;

2. Маркетинг в туризме;

3. Экскурсоведение.

**1.4. Требования к компетентности выпускника (согласно образовательному стандарту специальности):**

Освоение образовательных программ по специальности 1-89 01 01 «Туризм и гостеприимство» должно обеспечить формирование следующих групп компетенций:

- академических компетенций, включающих знания и умения по изученным учебным дисциплинам, умение учиться;

- социально-личностных компетенций, включающих культурно-ценностные ориентации, знание идеологических, нравственных ценностей общества и государства и умение следовать им;

- профессиональных компетенций, включающих способность решать задачи, разрабатывать планы и обеспечивать их выполнение в избранной сфере профессиональной деятельности

**1.4.1. Академические компетенции:**

Специалист должен:

- АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

- АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом.

- АК-3. Владеть исследовательскими навыками.

- АК-4. Уметь работать самостоятельно.

- АК-5. Проявлять инициативу и креативность, в том числе в нестандартных ситуациях.

- АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

- АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

- АК-8. Обладать навыками устной и письменной коммуникации.

- АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

**1.4.2. Социально-личностные компетенции:**

Специалист должен:

- СЛК-1. Обладать качествами гражданственности.

- СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию.

- СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

- СЛК-4. Владеть навыками здоровьесбережения.

- СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

- СЛК-6. Уметь работать в команде.

- СЛК-7. Совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень, добиваться нравственного и физического совершенствования своей личности.

- СЛК-8. Пользоваться одним из государственных языков Республики Беларусь, владеть иностранным языком как средством делового общения.

- СЛК-9. Формировать и аргументировать собственные суждения и профессиональную позицию.

- СЛК-10. Использовать в практической деятельности основы законодательства и правовых норм.

- СЛК-11. Уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, толерантно воспринимать социальные и культурные различия.

- СЛК-12. Обладать чувством ответственности.

**1.4.3. Профессиональные компетенции:**

Специалист должен быть способен:

**Организационно-управленческая деятельность**

- ПК-1. Организовывать работу малых коллективов исполнителей для достижения поставленных целей, планировать фонды оплаты труда.

- ПК-2. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей.

- ПК-3. Вести переговоры с другими заинтересованными участниками.

- ПК-4. Готовить доклады, материалы к презентациям.

- ПК-5. Пользоваться глобальными информационными ресурсами.

- ПК-6. Владеть современными средствами телекоммуникаций.

**Проектно-аналитическая деятельность**

- ПК-7. Разрабатывать инновационные технологии формирования и продвижения туров и пакетов туристических услуг.

- ПК-8. Организовывать проведение маркетинговых исследований спроса и предложения на туристические услуги.

- ПК-9. Анализировать и оценивать собранные данные.

- ПК-10. Осуществлять разработку концепции программы тура и стоимости туристических услуг.

- ПК-11. Обеспечивать разработку программ туристических маршрутов.

**Производственно-технологическая деятельность**

- ПК-12. Осуществлять серийное освоение результатов инновационного проектирования, проводить эффективную туроператорскую, турагентскую, физкультурно-спортивную, рекреационно-оздоровительную, культурно-развлекательную деятельность по формированию, продвижению и реализации конкурентоспособной туристической продукции и услуг.

- ПК-13. Сегментировать потребительский рынок для формирования туристических групп при организации маршрутов.

- ПК-14. Оперировать деловыми логистическими приемами в профессиональной деятельности.

- ПК-15. Принимать меры по обеспечению безопасности туристов в период путешествия, предоставлению страховых услуг участникам путешествия.

- ПК-16. Предусматривать надежные способы связи туристов со спасательными службами, медицинскими учреждениями, органами охраны правопорядка местности, где осуществляется тур.

- ПК-17. Разрабатывать экскурсионные маршруты; организовывать зрелищно-развлекательные программы; разрабатывать и организовывать спортивно-анимационные мероприятия, фестивали, слеты и пр.

- ПК-18. Обеспечивать информационное сопровождение экскурсионных услуг на понятном для иностранных туристов языке.

- ПК-19. Составлять планы проведения, сценарии спортивно-массовых, рекреационно-оздоровительных мероприятий.

- ПК-20. Осуществлять эффективную организацию сервиса размещения, питания, развлечения, лечения и оздоровления, экскурсионно-сопроводительного, социокультурного и транспортного обслуживания туристов.

**Научно-исследовательская и методическая деятельность**

- ПК-21. Планировать направление научно-исследовательских работ в сфере туризма.

- ПК-22. Квалифицированно проводить научные и мониторинговые исследования в туристической индустрии, сфере физической культуры и спорта.

- ПК-23. Разрабатывать и использовать современное методическое обеспечение.

**Рекреационно-оздоровительная деятельность**

- ПК-24. Использовать и совершенствовать массовые формы занятий оздоровительной, адаптивной физической культурой и туризмом.

- ПК-25. Нормировать, контролировать и корректировать нагрузки с учетом состояния здоровья, возраста, пола и уровня подготовленности туристов.

- ПК-26. Осуществлять пропаганду физической культуры, спорта и туризма, здорового образа жизни с использованием современных рекламно-информационных и коммуникационных технологий.

**2. СОДЕРЖАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА**

**2.1. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

**Раздел 1. Менеджмент в туризме и гостеприимстве.**

**Тема 1. Основные понятия и категории менеджмента в туризме**

Экономическая и социальная эффективность менеджмента. Организационные структуры менеджмента, уровни управления, разделение управленческих и исполнительских функций на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства. Понятия: «турист», «туризм». Современные показатели туризма: количественные, экономические, социальные. Виды, формы, средства туризма. Закон Республики Беларусь «О туризме» от 09.01.2007 г. Особенности индустрии туризма и гостеприимства как объекта управления. Механизм функционирования рынка услуг: внешние и внутренние факторы воздействия.

**Тема 2. Международные туристические организации**

История развития, цели и задачи Всемирной туристской организации (UNWTO). Преимущества членства Республики Беларусь в деятельности UNWTO. История развития, цели и задачи Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA). Международная организация воздушного транспорта (ICAO): ее функции, степень авторитета и значимости в развитии международного туризма. Роль и место Международной гостиничной ассоциации (МГА) в индустрии туризма и гостеприимства. Международные гостиничные правила. Межрегиональная гармонизация критериев гостиничной классификации на основе классификационных стандартов. Франкфуртская таблица.

**Тема 3. Основные понятия менеджмента гостеприимства**

Понятия: «менеджмент гостеприимства», «гостеприимство», «услуга». Роль и место гостеприимства в сфере услуг. Эволюция предприятий индустрии гостеприимства: древний период, средневековье, новое время, современный этап развития. Внешние и личностно-мотивационные факторы, влияющие на состояние и развитие индустрии туризма и гостеприимства. Экология и окружающая среда; стабильность экономического развития, уровень деловой активности, эффективность государственной системы управления; поведенческие, социально-демографические факторы воздействия. Перспективы роста и торможение индустрии туризма и гостеприимства в Республике Беларусь и во всем мире.

**Тема 4. Структура индустрии гостеприимства**

Структура индустрии туризма и гостеприимства. Взаимосвязь между гостеприимством и туризмом. Классификация инфраструктуры индустрии гостеприимства. Сектор средств размещения: индивидуальные и коллективные. Взаимосвязь гостиничных услуг и целей путешествия. Сектор питания: типология предприятий питания, их вместимость, контингент обслуживаемых гостей. Сектор транспорта: основные достоинства и недостатки транспортных средств. Сектор развлечений, спорта и досуга. Сектор торгового обслуживания.

**Тема 5. Модели менеджмента в гостиничном хозяйстве Беларуси**

Гостиничное хозяйство Беларуси на современном этапе: состав средств размещения, классификация гостиниц, вместимость номерного фонда, уровень комфорта, целевое назначение. Характеристика и особенности предоставления гостиничных услуг. Правила проживания в гостиницах Республики Беларусь. Европейская модель гостеприимства. Азиатская модель гостеприимства. Американская модель гостеприимства. Восточно-европейская модель гостеприимства. Отличительные особенности каждой модели гостеприимства и ее основные достижения. Имидж и фирменный стиль отечественных предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Ценообразование на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства в Республике Беларусь.

**Тема 6. Индустрия размещения**

Этапы проектирования гостиничных предприятий. Структура гостиничных помещений и их инженерно-техническое оснащение. Типология гостиничных предприятий: городские, транзитные и курортные гостиницы. Международные гостиничные цепи: особенности их функционирования и выживания. Основные показатели гостиничной деятельности. Международная классификация средств размещения. Службы гостиницы. Специфика и технологический процесс обслуживания гостей на всех объектах размещения: от экономичных до фешенебельных. Профессии гостиничной индустрии. Менеджмент персонала. Типология потребителей услуг предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Управление конфликтными ситуациями на предприятиях индустрии размещения.

**Тема 7. Индустрия питания**

Развитие ресторанного бизнеса в Беларуси, нормативно-правовая база. Классификация объектов питания. Характеристика предприятий питания. Характеристика и особенности предоставления услуг питания. Условия питания: завтрак (ВВ), полупансион (НВ), 3-х разовое питание (FB), «все включено» (AI, ALL), «ультра все включено» (UAI, UAL), без питания (RO). Понятия: европейский завтрак, американский завтрак, русский завтрак, континентальный завтрак, английский завтрак, бранч. Методы обслуживания: «шведский стол», «а ля карт», «табльдот», «буфет», «а парт». Методы подачи блюд. Характеристика и виды меню. Карта вин. Культура общения на предприятиях питания: составляющие компоненты, их сущность и взаимосвязь. Эстетика интерьера предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Сервировка стола. Правила этикета.

**Тема 8. Индустрия транспорта**

Развитие и проблематика индустрии транспорта в Беларуси. Регулирование на национальном и международном уровне. Международная классификация средств транспорта. Достоинства и недостатки основных транспортных средств: автобус, автомобиль, железная дорога, самолет, теплоход. Характеристика предприятий транспорта. Воздушный транспорт: крупнейшие международные авиаперевозчики. Сухопутный транспорт: автобусный, автомобильный, железнодорожный. Аренда автомобилей. Организация трансфера. Классификация автобусов. Водный транспорт: безопасность перевозок. Характеристика и особенности предоставления транспортных услуг. Виды маршрутов. Особенности перевозки пассажиров и багажа на различных видах транспорта. Потеря багажа. Таможенная декларация. Особенности организации путешествия туриста с домашним животным. Классы обслуживания. Тарифы и скидки. Модели управления качеством услуг на предприятиях индустрии транспорта.

**Тема 9. Индустрия спорта и развлечений**

Инфраструктура спорта: катки, бассейны, фитнес-центры, футбольные манежи, ледовые дворцы, площадки для тенниса и гольфа, спортивные залы, игровые павильоны. Инфраструктура развлечений: парки отдыха, казино, цирки, зоопарки, дельфинарии, океанариумы, аттракционы, дискотеки, аквапарки, театры, кинотеатры, музеи, библиотеки, филармонии, концертные залы, выставки и т.д. Объекты индустрии спорта и развлечений как самостоятельные и обособленные предприятия. Искусственная и естественная обстановка для организации процессов спорта и развлечений гостей. Массовые развлечения и индивидуальные. Выбор потребителем вида развлечений, периодичность потребления развлечений как основные характеристики процесса развлечения. Инфраструктура спорта и развлечений Беларуси. Роль и функции анимационного обслуживания туристов на современном этапе развития индустрии гостеприимства. Шоу-музеи, тематические парки, костюмированные балы и карнавалы как основные направления анимации. Календарь праздников и знаменательных событий в Республике Беларусь. Формулы анимации в индустрии туризма и гостеприимства на современном этапе.

**Тема 10. Место туроператоров и турагентов в индустрии туризма и гостеприимства**

Предпосылки разделения на рынок туристических агентств и рынок туроператоров. Понятие «туроператор», его основные функции. Место и роль туроператоров на рынке услуг. Схемы взаимодействия туроператоров с поставщиками услуг: предприятиями размещения, питания, транспорта и др. Процесс ведения переговоров, договорные отношения. Туристическое агентство как маркетинговый посредник между производителями и потребителями туристических услуг. Классификация турагентств, их функции. Модели взаимодействия туроператоров и турагентств, способы мотивации туроператорами деятельности турагентств. Информационные технологии в управлении деятельностью предприятий индустрии туризма и гостеприимства.

**Раздел 2. Маркетинг в туризме.**

**Тема 1. Концепция маркетинга в туризме**

Развитие теории и практики маркетинга в туризме. Уровни и координация маркетинга в туризме. Маркетинг производителей туристских услуг. Маркетинг общественных туристских организаций и объединений. Маркетинг территорий и регионов. Маркетинг туризма на национальном уровне. Формирование и продвижение национального туристского продукта. Формирование туристского имиджа государства и роль национальных туристских администраций.

Управление маркетингом на туристском предприятии. Анализ рыночных возможностей. Определение перспективного целевого рынка. Выбор маркетинговой стратегии. Разработка и реализация комплекса маркетинга. Организация и контроль маркетинга.

**Тема 2. Маркетинговые исследования – основа определения рыночных возможностей туристического предприятия**

Информационное обеспечение маркетинга. Классификация маркетинговой информации. Принципы формирования и использования информации в системе управления маркетингом туристского предприятия. Маркетинговая информационная система.

Сущность, задачи и направления маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований. Принципы проведения маркетинговых исследований.

Методологические основы маркетинговых исследований. Опрос как метод получения первичной маркетинговой информации. Классификация опросов. Инструментарий опроса. Структура анкеты: вводная часть, контактные, основные, контрольные. Заключительные вопросы. Шкалы измерений, используемые при формулировке вопросов. Экспертные методы. Метод фокус-группы. Наблюдение. Эксперимент.

Формы организации маркетинговых исследований.

**Тема 3.Процесс маркетинговых исследований**

Этапы маркетинговых исследований. Разработка концепции исследования. Постановка целей и задач исследования. Формирование рабочих гипотез (описательных и объяснительных).

Отбор источников информации. Достоинства и недостатки вторичной маркетинговой информации. Достоинства и недостатки первичной маркетинговой информации.

Сбор информации. Основные особенности выборочных исследований. Методы формирования выборки. Методы определения размера выборки. Погрешности, возникающие на этапе сбора информации.

Анализ и интерпретация информации. Методы анализа информации (описательные, исследования зависимостей, исследования взаимосвязей). Области применения методов анализа информации. Проверка гипотез.

Представление результатов исследования. Критерии качества отчета об исследовании. Типичная структура отчета о маркетинговом исследовании.

**Тема 4. Маркетинговая среда**

Понятие среды маркетинга. Анализ внутренней маркетинговой среды и ее составляющих. Культура предприятия и формирующие ее нормы, правила и ценности.

Исследование внешней маркетинговой среды. Факторы, определяющие макросреду туристского предприятия. Характеристика демографических, экономических, природных, научно-технических, политико-правовых и социально-культурных факторов макросреды. Основные составляющие непосредственного внешнего окружения туристского предприятия. Основные типы ситуаций в зависимости от характера факторов внешней среды.

Определение маркетинговых возможностей туристского предприятия. Оценка сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Выявление конкурентных преимуществ предприятия.

**Тема 5. Маркетинговые исследования рынка**

Рынок как экономическая основа маркетинга. Классификация рынков. Качественная структура рынка.

Оценка конъюнктуры рынка. Факторы, определяющие конъюнктуру рынка. Показатели, характеризующие конъюнктуру рынка. Принципы оценки конъюнктуры рынка. Конъюнктурный прогноз. Методы прогнозирования конъюнктуры рынка.

Определение емкости рынка. Доля рынка. Оценка конкурентоспособности от занимаемых им доли рынка.

**Тема 6. Маркетинговые исследования продукта**

Структура туристического продукта. Основные и дополнительные услуги. Комплексное обслуживание. Три уровня туристского продукта (продукт по замыслу, продукт в реальном исполнении, продукт с подкреплением). Реальная польза и выгода от продукта для клиента.

Позиционирование продукта. Позиционирование туристского продлукта. Жизненный цикл туристического продукта. Концепция жизненного цикла (стадия внедрения, стадия роста, стадия зрелости, стадия спада).

**Тема 7. Маркетинговые исследования конкурентов**

Конкурентная среда предприятия. Виды и методы конкуренции. Факторы, определяющие интенсивность конкурентной борьбы на рынке. Система маркетинговых исследований конкурентов. Стратегические группы конкурентов туристского предприятия. Прямые и потенциальные конкуренты.

Элементы анализа конкурентов: цели и намерения, самооценка, текущие стратегии. Возможности. Количественная информация о конкурентах. Качественная информация о конкурентах. Комплексная оценка деятельности конкурентов.

Построение конкурентной карты рынка. Оценка конкурентного статуса туристского предприятия.

**Тема 8. Потребительский рынок и покупательское поведение потребителей**

Значение исследования потребителей для маркетинга гостиниц и ресторанов. Принципы понимания потребителей: независимость потребителя, возможность изучения поведения потребителя и воздействия на него. Основные направления изучения потребителей туристических услуг.

Моделирование поведения потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителей. Внешние побудительные факторы. Факторы маркетинга. Факторы среды (экономические, культурные, социальные). Личностные факторы, влияющие на потребителей (возраст и этап жизненного цикла, род деятельности, образование, экономическое положение, тип личности и самомнение, стиль жизни).

Мотивы поведения потребителей туристических услуг. Значение их изучения для маркетинга туристского предприятия. Сущность и направления исследований мотивов потребителей. Мотивационный процесс и его основные стадии: возникновение потребности, поиск путей удовлетворения потребности, определение направлений действия, осуществление действий, удовлетворение потребности. Теории мотивации и их использование в маркетинговой деятельности туристического предприятия.

Моделирование процесса принятия решения о покупке туристского продукта. Стадия процесса покупки: чувство беспокойства или неудовлетворенности, действия для достижения чувства удовлетворенности, результат – удовлетворение потребностей или разочарование. Источники информации для принятия решения о приобретении туристских услуг. Оценка информации потенциальным потребителем. Обстоятельства, влияющие на принятие окончательного решения о приобретении туристических услуг. Оценка степени удовлетворенности (неудовлетворенности) клиентов. Влияние уровня удовлетворенности и неудовлетворенности) потребителей на их поведение на рынке. Методы оценки удовлетворенности (неудовлетворенности) потребителей туристических услуг.

**Тема 9. Продуктовая политика**

Многоуровневая интегральная модель туристического продукта: продукт по замыслу, продукт в реальном исполнении, продукт с подкреплением.

Формирование продуктовой политики. Продуктовый ассортимент туристического предприятия. Продуктовая единица. Ассортиментные группы. Характеристики продуктового ассортимента: широта, глубина, насыщенность, гармоничность. Принципы формирования продуктовой политики.

Жизненный цикл туристического предприятия. Маркетинговая деятельность на различных стадиях жизненного цикла туристского предприятия. Методы продления жизненного цикла продукта: модификация рынка, модификация маркетинговых средств, модификация продукта. Управление структурой предлагаемых на рынок продуктов. Основная, поддерживающая, стратегическая и тактическая группы продуктов.

Новые продукты в маркетинговой деятельности. Критерии новизны продуктов. Основные этапы разработки и внедрения на рынок новых продуктов.

Принятие решения о товарной марке. Товарный знак и знак обслуживания. Основные функции торговой марки. Марочные стратегии. Брендинг как процесс комплексного управления товарной маркой.

**Тема 10. Ценовая политика**

Цена в комплексе маркетинга. Характерные особенности ценообразования в туризме. Уровни ценообразования туристических предприятий.

Этапы формирования ценовой политики. Внутренние и внешние факторы, определяющие эффективность ценовой политики туристического предприятия. Постановка целей ценообразования. Выбор метода ценообразования. Обоснование ценовой стратегии. Конкурентные, дифференцированные, ассортиментные, стимулирующие ценовые стратегии и условия их эффективности. Стратегии психологического ценообразования. Реализация ценовой стратегии.

**Тема 11. Сбытовая политика**

Сущность и значение формирования сбытовой политики для маркетинга туристского предприятия. Факторы, влияющие на эффективность сбытовой политики.

Выбор каналов сбыта. Функции каналов сбыта. Характеристики каналов сбыта. Критерии оценки различных вариантов каналов сбыта.

Обоснование методов сбыта. Прямой и косвенный методы сбыта. Выбор торговых посредников и организация взаимодействия с ними. Интенсивный, селективный и исключительный (эксклюзивный) сбыт.

Управление каналами сбыта. Самоорганизующиеся и координируемые формы каналов сбыта. Вертикальные, горизонтальные и многоканальные маркетинговые системы.

**Тема 12. Коммуникационная политика**

Комплекс маркетинговых коммуникаций туристского предприятия. Основные элементы маркетинговых коммуникаций: реклама, личная продажа, стимулирование сбыта, связи с общественностью. Синтетические приемы и средства коммуникаций: участие в выставках и ярмарках, формирование фирменного стиля предприятия. Сущность и значение интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Основные этапы разработки коммуникационной политики туристского предприятия. Определение целевых аудиторных коммуникаций. Установление целей коммуникаций. Выбор структуры комплекса коммуникаций.

Коммуникационные характеристики личной продажи.Стили личной продажи. Характеристики процесса личной продажи.

Установление первичного контакта с потенциальным клиентом. Выявление потребностей клиента. Типы поведения продавцов в процессе личной продажи. Формы выслушивания клиента. Представление продукта – важнейшая стадия личной продажи. Пути повышения эффективности представления туристского продукта. Преодоление возможных возражений клиента в процессе личной продажи. Осуществление продажи туристского продукта и последующий контакт с клиентом.

Стимулирование сбыта как элемент комплекса маркетинговых коммуникаций туристского предприятия. Разработка программы стимулирования сбыта. Установление целей стимулирования сбыта. Выбор инструментов стимулирования сбыта. Выявление круга участников. Определение интенсивности мероприятий по стимулированию сбыта. Определение интенсивности мероприятий по стимулированию сбыта. Выбор средств распространения информации о стимулировании сбыта. Определение продолжительности стимулирования сбыта. Выбор времени проведения мероприятий по стимулированию сбыта. Разработка бюджета стимулирования сбыта. Тестирование и оценка мероприятий по стимулированию сбыта.

**Тема 13. Реклама в комплексе маркетинговых коммуникаций.**

Реклама – важнейший элемент маркетинговых коммуникаций. Модель рекламной коммуникации. Особенности рекламы в сфере туризма.

Рекламные компании как основа рекламной деятельности туристического предприятия. Классификация рекламных кампаний.

Планирование рекламных кампаний туристского предприятия. Определение целей рекламы. Принятие решений о рекламном обращении. Выбор средств распространения рекламы. Разработка рекламного бюджета. Оценка эффективности рекламной деятельности.

Виды рекламы. Классификация рекламы. Средства распространения рекламы: реклама в прессе; печатная реклама; аудиовизуальная реклама; радио- и телереклама; рекламные сувениры; прямая почтовая реклама; наружная реклама; реклама в интернете.

**Тема 14. Фирменный стиль туристского предприятия**

Фирменный стиль в комплексе маркетинговых коммуникаций туристского предприятия. Цели формирования фирменного стиля.

Основные элементы фирменного стиля: товарный знак, логотип, фирменный блок, фирменный лозунг (слоган), фирменный цвет (цвета), фирменный комплект шрифтов и др. Носители фирменного стиля предприятия.

Формирование фирменного стиля как составная часть общефирменной политики туристского предприятия.

**Тема 15. Организация и контроль маркетинга туристского предприятия**

Служба маркетинга в структуре предприятия. Варианты организационных структур службы маркетинга на предприятии. Функциональная организация службы маркетинга. Продуктовая организация службы маркетинга. Региональная организация службы маркетинга. Принципы построения организационной структуры службы маркетинга на предприятии. Требования, предъявляемые к руководителям и специалистам службы маркетинга.

Формирование маркетинга взаимоотношений на туристском предприятии. Концепция маркетинга взаимоотношений. Разработка и реализация программы эффективного функционирования маркетинга взаимоотношений.

Внутренний маркетинг на туристском предприятии. Процесс внутреннего маркетинга. Разработка и реализация программы эффективного функционирования внутреннего маркетинга.

Система контроля маркетинга на туристском предприятии. Процесс контроля маркетинга. Виды контроля маркетинга. Контроль результатов. Ревизия маркетинга.

**Раздел 3. Экскурсоведение.**

**Тема 1. Введение. Предмет курса «Экскурсоведение». Цель и задачи курса. Экскурсия как вид деятельности человека.**

Понятие «экскурсия». Основные этапы развития экскурсионной деятельности. Место курса «Экскурсоведение» в системе подготовки специалистов сферы туризма. Теоретические аспекты экскурсионной деятельности. Образовательно-воспитательное значение экскурсоведения. Исторические предпосылки возникновения экскурсий. Взаимосвязь развития экскурсионной деятельности с туризмом, краеведением, музееведением, педагогикой. Первые печатные издания по вопросам экскурсий и путешествий П. Шпилевского, В. Сырокомли, А. Киркора. Становление экскурсионной деятельности в Беларуси до 1917 г., Советский и постсоветский периоды. Характеристика приведенных периодов. Экскурсионные издания: журналы «Экскурсионное дело», «Экскурсионный вестник» и др. Совершенствование экскурсионного дела: Деятельность туристско-экскурсионных организаций, рост их сети. Развитие тематики экскурсий, ее направленности; развитие экскурсий в системе туризма. Становление экскурсионной деятельности в рыночных условиях в Республике Беларусь. Создание туристско-экскурсионных предприятий различных форм собственности. Экскурсия как вид деятельности. Формы деятельности экскурсовода в процессе экскурсии: подготовка и проведение экскурсии. Формы деятельности экскурсантов: наблюдение, изучение, исследование. Формы общения: прямое и косвенное. Экскурсия как форма прямого общения. Коммуникативный компонент – важная часть профессионального мастерства экскурсовода. Различные аспекты экскурсии: как форма работы с массовой аудиторией, как форма организации культурного досуга, как разовое мероприятие, как форма распространения научных знаний, как форма межличностного общения экскурсовода и экскурсанта, как автономная форма культурно-просветительной работы. Значение экскурсии в процессе воспитания человека.

**Тема 2. Экскурсия, ее сущность.**

Место экскурсии в туристском бизнесе; в системе учебно-воспитательного процесса учебных заведений. Различный методологический подход педагогов-методистов к определению понятий «экскурсия» и «сущность экскурсии». Цель и тема экскурсии; задача экскурсии; название экскурсии; признаки экскурсии; функции экскурсии; познавательно-воспитательная направленность. Основа экскурсии. Правильное сочетание показа и рассказа – залог высокой эффективности проведения экскурсии. Экскурсионный метод. Структура экскурсии: введение, основная часть, заключение.

Продолжительность экскурсии. Методологическая основа экскурсии; принципы разработки: научность, идейность, взаимосвязь теории с действительностью, правдивость, ясность, доходчивость, действенность. Подтемы экскурсии и экскурсионные объекты, их взаимообусловленность. Маршрут экскурсии. Принципы составления маршрута экскурсии: хронологический, тематический, хронолого-тематический. Экскурсионный объект. Его сущность. Классификация экскурсионных объектов: по содержанию, по функциональному назначению, по степени сохранности. Отбор объектов и их оценка для раскрытия содержания экскурсии. Составление карточки (паспорта) экскурсионного объекта. Требования к экскурсии: достоверность, полнота изложения материала, законченность композиции, познавательное и эстетическое удовлетворение. Экскурсанты и их познавательная деятельность на экскурсии.

**Тема 3. Классификация экскурсий**

Понятие классификации. Основные признаки классификации. По составу экскурсантов: для взрослых и детей; городских и сельских жителей; местного населения и приезжающих туристов; индивидуальных туристов; групп, сформированных по профессиональному признаку или соответствующему уровню образования. По содержанию: обзорные (многоплановые), тематические. По тематике: природоведческие, экологические, исторические, искусствоведческие, литературные, архитектурно-градостроительные. По месту проведения: городские, загородные, производственные, музейные. По форме проведения: обычные, рекламные, учебные. Экскурсия как форма учебной работы: экскурсия-урок, экскурсия-прогулка, экскурсия-демонстрация, экскурсия-концерт, экскурсия-консультация. По способу передвижения: пешеходные, транспортные, комбинированные. Учет классификационных признаков: при выборе методики ведения экскурсий, создании условий для работы экскурсовода на маршруте, при определении направлений деятельности методистов или других работников экскурсионных бюро и предприятий. Значение классификации.

**Тема 4. Экскурсия как педагогический процесс**

Самостоятельная роль экскурсии в процессе образования. Сочетание образования, воспитания и общей подготовки экскурсантов в ходе экскурсии. Экскурсия как педагогический процесс: цель, действие, конечный результат. Зависимость эффективности экскурсии от подготовленности и активности экскурсантов. Использование экскурсоводом основных педагогических компонентов: конструктивного, организаторского, коммуникативного, познавательного. Формирование педагогического мастерства экскурсовода; его реализация в экскурсии. Уровни умения экскурсовода оперировать информацией. Учебная экскурсия. Система учебных экскурсий, их классификация. Единство обучения и воспитания в экскурсиях. Методы воспитания: метод примера, метод упражнения, убеждения и пр. Использование дидактических принципов в экскурсии: научности, доступности, наглядности, действенности. Послеэкскурсионная работа экскурсовода-педагога: рекомендации для самообразования экскурсантов; список литературных источников по теме; рекомендации по посещению цикла экскурсий по данной тематике. Значение практического применения элементов педагогики в экскурсии.

**Тема 5. Практическое применение логики в экскурсионной деятельности.**

Учет требований законов логики в подготовке экскурсии. Роль логических законов в экскурсионной работе. Использование в экскурсии логических законов: определенности, непротиворечивости, последовательности, обоснованности. Основные законы мышления, используемые в экскурсии: тождества, исключенного третьего, достаточного основания. Применение в экскурсии логических приемов: сравнения, анализа, абстрагирования, обобщения. Использование для раскрытия темы экскурсии логических переходов: подчиненных, тождественных, противоположных, соотносительных, соподчиненных. Логические основы доказательства в экскурсии. Структура доказательства, ее элементы: тезис, аргументы, демонстрация. Логические правила в доказательстве: определенность тезиса, неизменность тезиса. Требования к аргументам доказательства: истинность, непротиворечивость, достаточность, понятность, приемлемость. Основные методы доказательства в экскурсии: дедукция, индукция, аналогия, их выбор для проведения экскурсии. Дедуктивный метод и формы вывода: категорический, условный, разделительный. Индуктивный метод, требования, выдвигаемые им в экскурсии. Метод аналогии, его функции и состоятельность для доказательства в экскурсии. Значение практического применения логики в экскурсионной сфере деятельности.

**Тема 6. Психология в экскурсионной деятельности.**

Психология экскурсионной работы. Психологические основы и их влияние на действенность экскурсии. Социально-психологические факторы, учитываемые экскурсоводом при выполнении задач экскурсии. Психология экскурсовода. Психологические проблемы экскурсионной методики. Экскурсия как процесс логического и чувственного познания мира. Логическое познание – мышление, память. Чувственное познание – ощущение, восприятие, представление. Виды мышления: словесно-логическое, наглядно-образное, наглядно-действенное. Формы мышления: понятие, суждение, умозаключение. Виды памяти: кратковременная, долговременная. Организация внимания на экскурсии. Виды внимания: непроизвольное, произвольное, послепроизвольное. Свойства внимания: устойчивость, переключение, объем. Кризисы внимания на экскурсии и пути их преодоления. Приемы организации внимания. Виды воображения на экскурсии: произвольное, непроизвольное, творческое. Значение практического применения психологии в экскурсионной деятельности.

**Тема 7 . Методика и техника проведения экскурсии.**

Предмет методики проведения экскурсии, ее определение, основа и назначение; требования экскурсионной методики к ней. Методические приемы как особые способы действий экскурсовода, их задачи, варианты использования. Классификация методических приемов, ее значение. Особенности восприятия материала экскурсии, обеспечение интереса и внимания к нему. Методическое мастерство экскурсовода. Техника ведения экскурсии: расстановка группы у объекта, начало экскурсии и ее завершение, работа экскурсовода с группой. Особые приемы проведения экскурсий. Приемы, способствующие эффективному и качественному проведению экскурсий, их характеристика. Методический прием движения, его формы, связь с постановкой задач экскурсии. Встречи с участниками, очевидцами событий и содержание материала экскурсии. Комплексный прием, подтверждающий специфические черты объекта, его влияние на экскурсантов. Эмоциональное воздействие на участников экскурсии, его приемы. Использование в экскурсии технических средств как особый прием. Отработка, усвоение и совершенствование методических приемов проведения экскурсии. Освоение техники проведения экскурсии, ее сущность, выполнение экскурсоводом ряда требований к ней. Контакт экскурсовода с группой. Выход экскурсантов к объекту. Выбор схемы расстановки экскурсионной группы. Передвижение участников экскурсии, темп движения. Место экскурсовода. Соблюдение времени проведения экскурсии. Адресность рассказа. Особенность использования индивидуального текста. Значение пауз в экскурсии. Технические средства, техника использования иллюстративного и демонстрационного материала. Ответы на вопросы экскурсантов.

**Тема 8. Показ в экскурсии.**

Показ в экскурсии, его задачи, условия, виды и формы показа, их характеристика. Схемы показа. Методические приемы показа экскурсионных объектов, их определение и использование в различных видах экскурсий. Приемы показа вспомогательного зрительного материала. Средства показа. Группы жестов, их виды. Эстетика жеста. Жесты как элементы показа, их классификация, специфика использования на экскурсии. Совершенствование применения жестов в экскурсионной практике.

**Тема 9. Рассказ в экскурсии.**

Рассказ как органическая часть экскурсии, его формы и особенности. Требования, предъявляемые к экскурсионному рассказу. Композиция и сюжет рассказа. Раскрытие тем и подтем, логические переходы. Методические приемы рассказа, их характеристика и особенности. Методические приемы развития активности и познавательной деятельности экскурсантов. Вступление и заключение на экскурсии, их особенности для экскурсий различной тематики. Речь экскурсовода. Особые приемы выразительности речи и их использование в экскурсионном рассказе

**Тема 10. Технология и методика подготовки новой экскурсии**

Экскурсионная методика, ее задачи и требования. Предмет экскурсионной методики. Методика подготовки экскурсии как часть экскурсионной методики. Этапы подготовки экскурсии, их последовательность и взаимосвязь. Характеристика этапов подготовки новой экскурсии: подготовительный этап, непосредственная разработка, заключительный этап. Подготовительный этап: цель и тема экскурсии, подбор материалов, изучение источников, подбор зрительного ряда, его изучение, составление картотеки объектов. Непосредственная разработка: выбор и составление маршрута экскурсии, уточнение объектов и остановок, согласование маршрута. Работа над текстом экскурсии; виды текстов, выполнение требований, предъявляемых к ним. Соотношение общего и локального материала. Логическая взаимосвязь подтем для раскрытия темы экскурсии, их увязка со зрительным рядом. Наглядные пособия, требования к ним, классификация наглядных пособий. Выбор методических приемов. Методическая разработка, ее структура и оформление. Требования к составлению методической разработки. Заключительный этап: заключение на текст и методическую разработку экскурсии. Проведение пробной экскурсии. Анализ и обобщение опыта проведения экскурсии на разработанную тему, ее утверждение.

**Тема 11. Дифференцированный подход к организации и содержанию экскурсионного обслуживания.**

Сущность дифференцированного подхода к экскурсионному обслуживанию. Виды группировки экскурсантов.

Особенности проведения экскурсий для различных групп населения. Особенности подготовки, организации и методики проведения экскурсий для детей. Использование экскурсий в учебном процессе.

Особенности подготовки, организации и методики проведения экскурсий для иностранных туристов. Организация индивидуального экскурсионного обслуживания. Изучение спроса в области экскурсионного обслуживания.

**Тема 12. Организация и содержание работы экскурсовода, требования к нему.**

Основные требования, предъявляемые к экскурсоводу: образовательный уровень, знание экскурсионного дела, педагогики, психологии, логики, специальных дисциплин по тематике экскурсий. Культура речи экскурсовода, его внешний вид. Культура поведения.

Организация работы экскурсовода. Основные права и обязанности экскурсовода. Постоянное повышение квалификации как необходимое условие успешной работы экскурсовода.

Требования, предъявляемые к гиду-переводчику. Информационная направленность работы гида-переводчика. Особенности работы руководителя туристской группы на транспортном маршруте.

**Тема 13. Организация экскурсионной и методической работы на туристском предприятии**

Создание туристско-экскурсионных предприятий, их правовые основы, необходимые документы. Зона деятельности, виды оказываемых услуг. Штатное расписание, структура, наименование отделов и должностей работников. Хозяйственно-финансовый план, его разделы и показатели, их разработка и утверждение. Экскурсионно-хозяйственный план как часть хозяйственно-финансового. Анализ, оценка туристско-экскурсионных услуг, их планирование в соответствии со спросом и предложением экскурсионной продукции. Организация экскурсионной работы: организация экскурсий и путешествий для местного населения и приезжающих туристов, в том числе индивидуальных туристов; экскурсионное обслуживание коллективов промышленных учреждений и сельчан; туристско-экскурсионная работа с молодежью. Рекламные мероприятия по расширению экскурсионного обслуживания. Структура управления туристско-экскурсионным учреждением. Бюро экскурсий и путешествий, его кадры: организаторы путешествий и экскурсий, руководители туристских групп, экскурсоводы (гиды); формы работы с ними – подбор, подготовка, повышение квалификации. Методическая работа: обеспечение высокого качества разрабатываемой методической документации, выявление резервов и расширение экскурсионной тематики, совершенствование экскурсионной методики, обеспечение высокого качества проведения экскурсий. Методический совет, методические секции. Проведение занятий, семинаров, научно-практических и методических конференций по повышению экскурсоводческого и методического мастерства. Разработка и утверждение новых тем экскурсий, их методическое обеспечение. Диспетчерская служба, ее структура, задачи. Круг обязанностей диспетчерской службы. Картотеки и учетные документы (журналы) диспетчерской службы, их ведение и компьютеризация. Совместная работа с другими организациями, учреждениями и предприятиями. Обеспечение выполнения договорных обязательств.

**Тема 14. Технология, культура и качество экскурсионного обслуживания**

Понятие «качество экскурсионного обслуживания». Совокупность факторов, обеспечивающих высокое качество проведения экскурсий: подготовка и разработанность темы экскурсии, мастерство экскурсовода, четкая организация экскурсии, координация действий исполнителей.  
Контроль за качеством экскурсии, система и формы контроля, оценка качества новой экскурсии, заключение о качестве индивидуального текста экскурсии. Качество методической документации, качество автотранспорта, подготовленность экскурсовода. Выполнение заказчиком своих обязанностей. Подготовленность экскурсантов к участию в экскурсии, дифференцированный подход к ним, учет особенностей конкретной группы.  
Показатели качества экскурсионных процессов; спрос на экскурсионные услуги как важнейший показатель качества, эффективность экскурсий и интерес экскурсантов к теме на всем протяжении экскурсий. Примерная схема анализа экскурсии: подготовка к анализу — знакомство с контрольным текстом, методической разработкой, маршрутом экскурсии, «портфелем экскурсовода». Методика анализа экскурсии по содержанию материала: показ и рассказ, их составные части – подтемы и основные вопросы, оценка содержания каждой из частей. Оценка экскурсии в целом. Анализ экскурсии по методике ее проведения: анализ методических приемов показа и рассказа, использованных в экскурсии. Результаты анализа, как основа для рекомендаций по повышению качества экскурсии.

**Тема 15. Повышение эффективности экскурсионной деятельности**

Направления и резервы повышения эффективности экскурсионной деятельности, их характеристика. Новые формы работы. Многовариантность экскурсионной программы. Комплексный подход к созданию экскурсионного продукта. Условия и предпосылки эффективности экскурсионной деятельности в Республике Беларусь.

**2.2. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

Практические задания составлены на основе тридцати бизнес-кейсов. Каждый кейс содержит описание ситуаций, регулярно возникающих в процессе организации въездного, выездного и внутреннего туризма, и основан на реальном практическом материале.

Студенты должны согласно полученному заданию, связанному с конкретным кейсом, провести анализ, оценить ситуацию, разобраться в сути проблемы и предложить возможные решения и рекомендации. Результаты проведенного анализа и предложенные рекомендации и решения необходимо оформить с помощью приложения Microsoft Power Point.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 1**

Вместе со своими друзьями Вы решили поехать на новогодние выходные по Беларуси. Вы – за рулем. У Вас есть три дня. В каждом городе (без ночлега) Вы хотите побывать не менее 5 часов.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 2**

Разработайте кольцевой тематический тур выходного дня с круглогодичным графиком действия для группы в 20 человек.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 3**

Группа иностранцев (скандинавские страны) хочет познакомиться с традиционной культурой Беларуси, принять участие в театрализованном представлении.

Продолжительность путешествия – 5 дней.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 4**

В туристическое предприятие обратились молодожёны с заказом на разработку свадебного туристического путешествия по Беларуси. Туристы высказали следующие пожелания.

Продолжительность путешествия – 7 дней.

Особые пожелания – увидеть уникальные природные явления.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 5**

В туристическое предприятие обратился молодой человек 22 лет, который хочет отдохнуть в течение 10—15 дней за границей с целью получения острых впечатлений. Турист высказали следующие пожелания.

Цель поездки: экстремальный туризм.

Продолжительность путешествия – 5 дней.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 6**

В туристическое предприятие обратилась группа футбольный фанатов с заказом на разработку многодневного спортивного тура с активным способом передвижения. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: спортивный тур.

Продолжительность путешествия – 7 дней.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 7**

В туристическое предприятие обратилась группа выпускниц специальности «Русская филология» (15 девушек 20-21 лет) с заказом на разработку выпускного туристического путешествия, посвящённого жизни и творчеству Адама Мицкевича. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: экскурсионный тур.

Продолжительность путешествия – 5 дней.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 8**

В туристическое предприятие обратились кураторы группы студентов военного факультета (20 курсантов) с заказом на разработку туристического путешествия по следам Наполеона. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: экскурсионный тур.

Продолжительность путешествия – тур выходного дня.

Посещаемые объекты – участие в военном фестивале, военной реконструкции по мотивам событий 1812 года.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 9**

В туристическое предприятие обратилась группа работников ОАО «Молочный мир» с заказом на разработку туристического путешествия, посвящённого конфессиональной истории Беларуси. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: экскурсионный автобусный тур.

Продолжительность путешествия – тур выходного дня.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 10**

В туристическое предприятие обратился музыкальный самодеятельный коллектив (15 человек: 10 женщин, 5 мужчин) с заказом на разработку туристического путешествия по Беларуси. Все участники коллектива являются людьми с ограниченными физическими возможностями передвижения (инвалидами-колясочниками) Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: экскурсионный тур.

Продолжительность путешествия – 5 дней.

Посещаемые объекты – музыкальный фестиваль народной музыки.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 11**

В туристическое предприятие обратилась пожилая семейная пара с заказом на разработку туристического путешествия по святым местам Беларуси. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: паломнический тур.

Продолжительность путешествия – 7 дней.

Посещаемые объекты – христианские чудотворные иконы.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 12**

В туристическое предприятие обратилась классный руководитель группы кадетов (15 мальчиков и 4 девочки 14-16 лет) с заказом на разработку туристического похода по местам боевой славы Гродненского района. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель похода: экскурсионный велопоход.

Продолжительность путешествия – 3 дня.

Посещаемые объекты – форты Гродненской крепости.

**Задание**

1. Разработайте маршрут похода с учётом требований.

2. Разработайте программу похода.

3. Составьте калькуляцию-нетто похода.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу похода.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 13**

В туристическое предприятие обратилась семейная пара с заказом на разработку свадебного путешествия (серебряная свадьба) по Беларуси. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: железнодорожный тур.

Продолжительность путешествия – 5 дней.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 14**

В туристическое предприятие обратились 2 семейные пары без детей с заказом на разработку туристического путешествия по Национальным паркам Беларуси. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: охотничий тур.

Продолжительность путешествия – 5 дней.

Посещаемые объекты – Национальные парки с организацией сафари.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 15**

В туристическое предприятие обратилась семья (родители, 2 детей (15,12 лет) с заказом на разработку туристического путешествия по Беларуси. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: экскурсионный тур, посвящённый национальному разнообразию Беларуси.

Продолжительность путешествия – 4 дня.

Посещаемые объекты – этнографические музеи.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 16**

В туристическое предприятие обратилась пара (30-35 лет) с заказом на разработку туристического путешествия по одной из стран Ближнего Востока. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: экскурсионный тур с пляжным отдыхом.

Продолжительность путешествия – 10 дней.

Особые пожелания – знакомство с местными гастрономическими традициями.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 17**

В туристическое предприятие обратилась компания молодых людей (6 парней и 5 девушек, возраст 20-25 лет) с заказом на разработку гастрономического тура по западным областям Беларуси (Гродненская, Брестская). Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: комбинированный тур.

Продолжительность путешествия – тур выходного дня.

Особые пожелания – активный отдых.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 18**

В туристическое предприятие обратилась группа пожилых меломанов с заказом на разработку туристического путешествия на один из европейских музыкальных фестивалей. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: комбинированный тур.

Продолжительность путешествия – 7 дней.

Особые пожелания – оздоровление.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 19**

В туристическое предприятие обратились родители, которые желают отправить детей (10 человек, возраст 11-13 лет) в лагерь в пределах Беларуси с целью отдыха и развлечений Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: отдых и оздоровление.

Продолжительность путешествия – 10 дней.

Посещаемые объекты – достопримечательности окрестных городов.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 20**

В туристическое предприятие обратилась группа пожилых людей (10 человек 60-65 лет) с заказом на разработку туристического путешествия по христианским святыням России. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: экскурсионный тур.

Продолжительность путешествия – тур выходного дня.

Посещаемые объекты – христианские храмы и монастыри России.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 21**

В туристическое предприятие обратилась группа работников ОАО «Гродно Азот» с заказом на разработку речного сплава по рекам Беларуси. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: туристический слет профсоюзного актива предприятия.

Продолжительность путешествия – 5 дней.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 22**

В туристическое предприятие обратился родительский комитет детской хоккейной команды (40 человек: 17 мальчиков в возрасте 10-12 лет, родители) с заказом на разработку тренировочных сборов в одном из ледовых дворцов Беларуси. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: сборы для детей, оздоровление и отдых для родителей.

Продолжительность путешествия – 10-15 дней.

Особые пожелания – проведение праздников и развлекательных программ с участием профессиональных аниматоров.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 23**

В туристическое предприятие обратилась 3 семейные пары (30-45 лет, без детей) с заказом на разработку туристического путешествия по Национальным паркам Беларуси. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: экологический тур.

Продолжительность путешествия – 10 дней.

Особые пожелания – перемещение на личных авто.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 24**

В туристическое предприятие обратилась родители группы школьников (10 мальчиков и 6 девочек 15-16 лет) с заказом на разработку туристического сплава по белорусской части Августовскому каналу. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель похода: экскурсионный поход.

Продолжительность путешествия – 7 дней.

Посещаемые объекты – памятники природы.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу сплава.

3. Составьте калькуляцию-нетто сплава.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу сплава.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 25**

В туристическое предприятие обратилась группа любителей пива (7 человек 30-50 лет) с заказом на разработку туристического путешествия по пивоваренным предприятиям Беларуси. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель похода: комбинированный тур.

Продолжительность путешествия – тур выходного дня.

**Задание**

1. Разработайте маршрут похода с учётом требований.

2. Разработайте программу похода.

3. Составьте калькуляцию-нетто похода.

4. Составьте перечень экскурсий дегустаций, которые Вы могли бы включить в программу похода.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 26**

В туристическое предприятие обратилась группа школьников из России (ученики 8-9 класса) с заказом на разработку туристического путешествия по Беларуси. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: комбинированный тур.

Продолжительность путешествия – 5 дней.

Особые пожелания – активный отдых.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 27**

В туристическое предприятие обратилась группа пожилых людей (6 женщин) с заказом на разработку туристического путешествия по Западному Полесью. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: комбинированный тур.

Продолжительность путешествия – 4 дня.

Особые пожелания – летний фестиваль народной культуры.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 28**

В туристическое предприятие обратилась группа выпускниц специальности «Белорусская филология» (15 девушек, 20-21 год) с заказом на разработку туристического путешествия по Республике Беларусь. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: комбинированный тур.

Продолжительность путешествия – 5 дней.

Посещаемые объекты – жизнь и творческое наследие Наполеона Орды.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 29**

В туристическое предприятие обратился руководитель отдела коммерческого банка (10 человек отдела и члены их семей) с заказом на разработку туристического путешествия на любой байк-фестиваль. Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: экскурсионный тур.

Продолжительность путешествия – тур выходного дня.

Особые пожелания – активный отдых.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ЗАДАНИЕ № 30**

В туристическое предприятие обратилась группа работников ОАО «Гродненская обувная фабрика «Нёман» с заказом на разработку тура «Мистическая Беларусь». Туристы высказали следующие пожелания.

Цель поездки: экскурсионный тур.

Продолжительность путешествия – тур выходного дня.

Посещаемые объекты – места, где обитают привидения.

**Задание**

1. Разработайте маршрут путешествия с учётом требований.

2. Разработайте программу тура.

3. Составьте калькуляцию-нетто тура.

4. Составьте перечень экскурсий, которые Вы могли бы включить в программу тура.

5. Подготовьте комплект документов для туристов.

**ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ**

**Основная литература:**

1. Бирицкая, Н.М. Моделирование и продвижение туров / Н.М. Бирицкая, Т.М. Сергеева. – Мн.: БГЭУ, 2011.
2. Бирицкая, Н.М. Туроперейтинг / Н.М. Бирицкая. – Мн.: БГЭУ, 2005.
3. География международного туризма. Зарубежные страны. – Мн.: Аверсев, 2003.
4. География международного туризма. Страны СНГ и Балтии. – Мн.: Аверсев, 2004.
5. Горбылева, З.М. Экономика предприятий туризма / З.М. Горбылева. – Мн.: БГЭУ, 2011.
6. Государственная программа развития туризма в Республике Беларусь на 2011 – 2015 г. [электронный ресурс].
7. Гражданский кодекс Республики Беларусь. – Мн.: Национальный центр правовой информации РБ, 1999.
8. Данильченко, А.О. Менеджмент качества в туризме: учебно-практическое пособие / А.О. Данильченко, С.А. Хомич. – Минск: БГЭУ, 2011.
9. Дурович, А.П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович. – Мн.: Новое знание, 2005.
10. Жулевич, Е.В. Организация туризма. Учебно практич. Пособие / Е.В. Жулевич, А.С. Копанев. – Мн.: БГЭУ, 1999.
11. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности / Е.Н. Ильина. – Мн.: Финансы и статистика, 2004.
12. Кабушкин, Н.И. Управление гостиницами и ресторанами / Н.И. Кабушкин. – Мн.: БГЭУ, 2009.
13. Кабушкин, Н.И. Управление туристическими предприятиями и гостиницами / Н.И. Кабушкин. – Мн.: БГЭУ, 2011.
14. О туризме: Закон Республики Беларусь, 25 ноября 1999 г., № 326-З: в ред. Закона Республики Беларусь от 16.06.2010 г. // Консультант Плюс: Беларусь [электронный ресурс].
15. Организация туризма / под ред. Н. И. Кабушкина. – Мн.: Новое знание, 2005.
16. Разуванов, В.М. Менеджмент качества в туризме и гостеприимстве: учебно-практическое пособие / В.М. Разуванов. – Минск, БГЭУ, 2011.
17. Савина, Н.В. Экскурсоведение / Н.В. Савина, З.М. Горбачева. – Мн.: БГЭУ, 2009.
18. Трудовой кодекс Республики Беларусь. – Мн.: Национальный центр правовой информации РБ, 1999.
19. Тарасенок, А.И. Маркетинг туристических дестинаций / А.И. Тарасенок. – Мн.: БГЭУ, 2011.
20. Гайдукевич, Л.М. Туризм в Беларуси / Л.М. Гайдукевич, А.И. Тарасенок, Д.Г. Решетников, Н.И. Полещук – Мн.: БГЭУ, 2001.

**Дополнительная литература:**

1. Баумгартен, Л.В. Управление качеством в туризме. Практикум: учебное пособие / Л.В. Баумгартен. – М.: КНОРУС, 2008.
2. Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – СПБ.: Герда, 2003.
3. География международного туризма в графиках, картосхемах и таблицах / под ред. С.А. Хомич. – Мн.: БГУ, 2006.
4. Гецевич, Н.А. Основы экскурсоведения / Н.А. Гецевич. – Мн.: Новое знание, 1988.
5. Гуляев, В.Г. Организация туристской деятельности / В.Г. Гуляев. – М.: ЭКСПО, 1996.
6. Дурович, А.П. Организация туризма / А.П. Дурович. – Мн.: Новое знание, 2007.
7. Дурович, А.П. Реклама в туризме / А.П. Дурович. – Мн.: Новое знание, 2009.
8. Емельянов, Б.В. Организация работы экскурсионного учреждения / Б.В. Емельянов. — М.: Советский спорт, 1987.
9. Емельянов, Б.В. Экскурсоведение / Б.В. Емельянов. — М.: Финансы и статистика, 1998.
10. Жукова, М. А. Управление индустрией туризма / М.А. Жукова, В.С. Сенин, А.Д. Чудновский А. Д. – М.: Центролит, 2007.
11. Квартальнов, В.А. Туризм / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2000.
12. Кононыхин, С. В. Организация гостиничного и ресторанного хозяйства / С.В. Кононыхин. – Донецк: Хорус, 2004.
13. Кусков, А.С. Туристское ресурсоведение / А.С. Кусков. – М.: Академия, 2008.
14. Особенности и средства показа в экскурсии. Методические рекомендации. – М.: Советский спорт, 1980.
15. Рассказ на экскурсии. Методические рекомендации. – М.: Советский спорт, 1981.
16. Решетников, Д.Г. Организация санаторно-курортного хозяйства / Д.Г. Решетников, А.Г. Траскевич. – Мн.: Новое знание, 2011.
17. Савина, Н.В. Экскурсоведение / Н.В. Савина, З.М. Горбылева. – Ч.1. – Мн.: БГЭУ, 2000.
18. Тимохина, Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов / Т.Л. Тимохина. – М.: БГЭУ, 2007.
19. Туристская энциклопедия Беларуси / под ред. И.М. Пирожник. – Мн.: Бел. энцикл., 2007.
20. Ушаков, Д.С. Прикладной туроперейтинг / Д.С. Ушаков. – Ростов н/Дону: Издат. центр. «Март», 2004.
21. Шимова, О.С. Основы устойчивого туризма / О.С. Шимова. – Мн.: БГЭУ, 2011.
22. Экологические туры: разработка и продвижение / И.В. Абрамова и др. – Мн.: БГЭУ, 2011.

**3.2 Критерии**

**оценки результатов учебной деятельности обучающихся**

**в учреждениях высшего образования по десятибалльной шкале**

(письмо Министерства образования Республики Беларусь

от 28.05.2013 № 09-10/53-ПО)

|  |  |
| --- | --- |
| **10 баллов** | * Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы; * Точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы; * Безупречное владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; * Выраженная способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации; * Полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, по изучаемой учебной дисциплине; * Умение свободно ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку; * Использовать научные достижения других дисциплин; * Творческая самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, активное творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий. |
| **9 баллов** | * Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы; * Владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; * Способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку; * Систематическая, активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий. |
| **8 баллов** | * Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Точное использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы; * Владение инструментарием учебной дисциплины, умение его эффективно использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; * Способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Умение ориентироваться в теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку; * Систематическая, активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, творческое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий. |
| **7 баллов** | * Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Использование научной терминологии (в том числе на иностранном языке), грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы и обобщения; * Владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; * Свободное владение типовыми решениями в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им аналитическую оценку; * Самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий. |
| **6 баллов** | * Достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Использование необходимой научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обобщения и обоснованные выводы; * Владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач; * Способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой дисциплине и давать им сравнительную оценку; * Активная самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры исполнения заданий. |
| **5 баллов** | * Достаточные знания в объеме учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Использование научной терминологии, грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы; * Владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении учебных и профессиональных задач; * Способность самостоятельно применять типовые решения в рамках учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Умение ориентироваться в базовых теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им сравнительную оценку; * Самостоятельная работа на практических, лабораторных занятиях, фрагментарное участие в групповых обсуждениях, достаточный уровень культуры исполнения заданий. |
| **4 балла** | * Достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования; усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Использование научной терминологии, логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; * Владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в решении стандартных (типовых) задач; * Умение под руководством преподавателя решать стандартные (типовые) задачи; * Умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях по изучаемой учебной дисциплине и давать им оценку; * Работа под руководством преподавателя на практических, лабораторных занятиях, допустимый уровень культуры исполнения заданий. |
| **3 балла, незач-**  **тено** | * Недостаточно полный объем знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования; * Знание части основной литературы, рекомендованной учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Использование научной терминологии, изложение ответа на вопросы с существенными, логическими ошибками; * Слабое владение инструментарием учебной дисциплины; * Некомпетентность в решении стандартных (типовых) задач; * Неумение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях изучаемой учебной дисциплины; * Пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень культуры исполнения заданий. |
| **2 балла, незач-**  **тено** | * Фрагментарные знания в рамках образовательного стандарта высшего образования; * Знания отдельных литературных источников, рекомендованных учебной программой учреждения высшего образования по учебной дисциплине; * Неумение использовать научную терминологию учебной дисциплины, наличие в ответе грубых, логических ошибок; * Пассивность на практических и лабораторных занятиях, низкий уровень   культуры исполнения заданий. |
| **1 балл, незач-**  **тено** | * Отсутствие знаний и (компетенций) в рамках образовательного стандарта высшего образования, отказ от ответа, неявка на аттестацию без уважительной причины. |

**3.3. Критерии оценки результатов компьютерного тестирования на государственном экзамене с использованием проектного подхода**

10-балльная шкала

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **10 баллов** | = 100% | (правильных ответов) |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 96 % | < | 9 баллов | < | 99 % |
| 91 % | < | 8 баллов | < | 95 % |
| 86 % | < | 7 баллов | < | 90 % |
| 80 % | < | 6 баллов | < | 85 % |
| 70 % | < | 5 баллов | < | 79 % |
| 60 % | < | 4 балла | < | 69 % |
| 50 % | < | 3 балла | < | 59 % |
| 40 % | < | 2 балла | < | 49 % |
| **1 балл** < 40%**,** тест не закончен | | | | |