

Министерство образования и науки Украины
Севастопольский национальный технический университет



МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
к выполнению контрольной работы
по дисциплине «Экономика туризма»
для студентов направления
6.030504 «Экономика предприятия»
всех форм обучения

Севастополь
2013



Методические указания для выполнения контрольной работы по дисциплине «Экономика туризма» для студентов направления 6.030504 «Экономика предприятия» всех форм обучения / Сост. канд. эконом. наук, доцент Л.С. Абрамова. – Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2013. – 24 с.

Целью методических указаний является оказание помощи студентам при выполнении контрольной работы по дисциплине «Экономика туризма». В методических указаниях представлены требования к оформлению контрольной работы, задания для контрольной работы, содержание лекций и их объем в часах, перечень вопросов к зачету, а также приведен список литературы, который рекомендован к использованию при выполнении работы и подготовке к сдаче зачета.

Методические указания рассмотрены и утверждены на заседании кафедры Экономики предприятия, протокол № 9 от «26» апреля 2013 г.

Допущено учебно-методическим центром СевНТУ в качестве методических указаний.

Рецензент:

канд. эконом. наук, доцент Кулинич И.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1. Требования к выполнению контрольной работы.....	4
2. Задания для выполнения контрольной работы.....	5
2.1. Теоретическая часть.....	5
2.2. Тесты.....	5
2.3. Практическое задание.....	16
3. Лекции, их содержание и объем в часах.....	17
4. Вопросы к зачету.....	20
Библиографический список.....	22
Приложение А. Пример оформления титульного листа.....	23

ВВЕДЕНИЕ

В соответствии с учебным планом студенты всех форм обучения должны выполнять контрольную работу, которая состоит как из теоретических, так и практических заданий.

Цель выполнения контрольной работы состоит в закреплении и углублении теоретических знаний, полученных студентами в процессе изучения курса «Экономика туризма» и выработке умения применять их в практическом решении вопросов экономики конкретного туристического предприятия.

Выполнение контрольной работы способствует более глубокому усвоению студентами дисциплины «Экономика туризма» за счет изучения законодательных актов, литературных источников, статистических материалов, в которых рассматриваются вопросы данной темы.

В процессе выполнения работы студент должен:

- показать умение решать экономические задания;
- использовать теоретические положения в решении конкретных вопросов экономики, планировании и организации работы туристического предприятия.

1. ТРЕБОВАНИЯ К КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ

Вариант контрольной работы выбирается по последней цифре номера зачетной книжки. Контрольная работа состоит из: одного теоретического вопроса, тестовой части и практического задания.

К контрольной работе предъявляются следующие требования:

- объем работы должен составлять 15-20 страниц формата А4;
- необходимо четко определять категории и понятия;
- ответы на вопросы не должны полностью дублировать текст учебника или других источников;
- работа должна быть напечатана шрифтом Times New Roman, 14 пт, с междустрочным интервалом – 1,5; страницы пронумерованы;
- решение задания должно сопровождаться пояснениями и выводами по полученным результатам;
- фактический и цифровой материал должен иметь цитаты, ссылки на источники;
- в конце работы необходимо привести список используемой литературы, который оформляется в соответствии с требованиями высшей школы;
- на титульном листе контрольной работы указывается название вуза, кафедра, дисциплина, по которой написана работа, номер варианта контрольной работы; внизу справа - фамилия, имя, отчество студента, группа, № зачетной книжки; ниже - фамилия, имя, отчество, ученая степень и звание проверяющего преподавателя;
- работа должна быть представлена на кафедру за месяц до сессии.

Несоблюдение студентом этих требований дает основание не допускать студента к защите контрольной работы, а, следовательно, к сдаче зачета.

2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

2.1 Теоретическая часть

Вариант	Вопрос
1	Сущность и содержание туризма как вида экономической деятельности.
2	Особенности функционирования туристской индустрии.
3	Характеристика индустрии гостеприимства и перспективы ее развития.
4	Основной и оборотный капитал предприятий туризма.
5	Организация и стимулирование труда на туристском предприятии.
6	Издержки туристского предприятия.
7	Доходы и уровень рентабельности туристского предприятия.
8	Ценовая политика на предприятиях туризма.
9	Заработная плата и производительность труда в туризме.
10	Оценка эффективности деятельности туристских предприятий.

2.2. Тесты

Вариант 1

1. Лимитирующие факторы в туризме это:

- а) сезонность;
- б) политические;
- в) экономические;
- г) культурные;
- д) природные;
- е) экологические.

2. В понятие «турист» не входят индивидуумы:

- а) приезжающие в страну с или без контракта на работу и имеющие возможность работать и отдыхать;
- б) выбирающие страну в качестве места постоянного проживания;
- в) посетители, которые осуществляют по меньшей мере одну ночевку в средстве размещения в стране;

г) проживающие в приграничных зонах в стране и работающие в соседней стране.

3. По классификации МСОТО к посетителям относятся:

- а) рабочие, которые проживают в приграничных районах страны и работают в соседней стране;
- б) транзитные пассажиры, которые не покидают транзитной зоны аэропорта или порта, включая переезды между аэропортами и портами;
- в) лица, которые осуществляют, по меньшей мере, одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения в посещаемой стране;
- г) люди, которые не имеют постоянного места проживания.

4. Что такое мотивы туризма?

- а) интенсивность посещения дестинации;
- б) психологические и физические потребности людей;
- в) уровень благосостояния населения;
- г) физические потребности людей.

5. Факторами производства туристской продукции являются:

- а) капитал;
- б) человеческий фактор;
- в) земля;
- г) труд.

6. Туристический бизнес — это:

- а) самостоятельная деятельность, направленная на организацию собственного дела;
- б) инициативная самостоятельная деятельность, направленная на систематическое получение прибыли;
- в) инициативная самостоятельная деятельность, направленная на обеспечение населения туристскими услугами.

7. Ваучер-это документ:

- а) на основании, которого производится обслуживание иностранных туристов и взаиморасчет с турфирмой;
- б) подтверждающий оплату предусмотренных программой услуг;
- в) на основании, которого производится разработка маршрута тура;
- г) на основании, которого производится разработка туристско-экскурсионной услуги.

Вариант 2

1. К формам туризма относят:

- а) внешний;
- б) внутренний;
- в) выездной;
- г) выходной;
- д) международный.

2. Всемирная туристская организация предложила путешественников всех типов, занимающихся туризмом определять как:

- а) туристов;
- б) путешественников;
- в) посетителей;
- г) экскурсантов;
- д) отдыхающих.

3. К сопутствующему туристскому продукту относятся:

- а) оформление визы;
- б) оформление договора на тур. обслуживание ;
- в) прокат автомобиля в стране пребывания;
- г) предоставление индивидуальных сейфов.

4. Гостиница – это

- а) индивидуальное средство размещения;
- б) коллективное средство размещения, имеющее единое руководство;
- в) коллективное средство размещения, имеющее раздельное руководство.

5. Индустрия гостеприимства – это:

- а) индивидуальное предприятие, оказывающее определенный вид услуг;
- б) предприятие, оказывающее услуги только по приему гостей;
- в) совокупность предприятий, оказывающих различные услуги по приему и обслуживанию гостей.

6. В современных условиях хозяйствования турорганизации:

- а) освобождаются от государственного контроля;
- б) несут полную ответственность за все виды своей деятельности;
- в) не отвечают по обязательствам государства и других органов;
- г) управляют экономикой страны.

7. Путевка-это документ:

- а) на основании, которого производится обслуживание иностранных туристов и взаиморасчет с турфирмой;
- б) подтверждающий оплату предусмотренных программой услуг;
- в) на основании, которого производится разработка маршрута тура;
- г) на основании, которого производится разработка туристско-экскурсионной услуги.

Вариант 3**1. Международный туризм подразделяется на:**

- а) внешний;
- б) внутренний;
- в) выездной;
- г) выходной;
- д) въездной.

2. Отличительные особенности услуги как продукта, выберите 4 «не»:

- а) неосязаемость услуги;
- б) непрерывность услуги;
- в) неразрывность производства и потребления;
- г) необходимость услуги;
- д) непостоянство качества;
- е) несохранность услуги.

3. К вторичным предприятиям, производящим продукты и услуги для туристов относятся предприятия:

- а) туристско-рекреационные;
- б) предназначенные для обслуживания местных жителей, но их услугами также могут пользоваться для удовлетворения своих потребностей и туристы (общественный транспорт, почта и т.п.).

4. Что представляет собой вторичная дестинация?

- а) место, в котором неизбежна остановка на пути к первичной дестинации;
- б) определенный набор услуг, которые отвечают потребностям туриста;
- в) организация отдыха для определенного контингента людей в фиксированное время;
- г) психологические и физические потребности людей.

5. Верно ли утверждение, что:

- а) дополнительные средства размещения способствуют развитию внутреннего туризма;
- б) дополнительные средства размещения способствуют понижению разнообразия услуг ;
- в) дополнительные средства размещения понижают приток туристов в дестинацию ;
- г) разгружают переполненные гостиницы в период наибольшей активности – в туристский сезон.

6. Новый турбизнес целесообразно создавать в случае наличия:

- а) неудовлетворенного спроса на туристские услуги;
- б) эффективно работающих предприятий в данной отрасли;
- в) достаточного стартового капитала, даже если рынок насыщен данным видом услуг.

7. Маршрут тура - это:

- а) заранее спланированная трасса передвижения туриста;
- б) совокупность транспортных услуг;
- в) ж/д перевозка туристов;
- г) авиа перелет туристов.

Вариант 4

1. К видам туризма относят:

- а) пассивный;
- б) внутренний;
- в) выездной;
- г) выходной;
- д) активный.

2. Оформление туристической визы - это:

- а) основной туристский продукт;
- б) дополнительный туристский продукт;
- в) сопутствующий туристский продукт;
- г) вспомогательный туристский продукт.

3. Турпакет это:

- а) места размещения и питания;
- б) путевка, выдаваемая туристу после заключения договора на туристическое обслуживание;
- в) совокупность различного рода услуг по обслуживанию туристов;
- г) места развлечения.

4. Транзитным регионом является:

- а) цель путешествия туриста;
- б) место остановки (пересадки), где туристам предоставляется определенный набор услуг;
- в) место, откуда туристы начинают и заканчивают свое путешествие;
- г) место отдыха туриста.

5. Коллективные средства размещения это:

- а) гостиницы, собственные жилища, кемпинги, арендуемые комнаты и жилища;
- б) гостиницы, кемпинги, конгресс-центры, лагеря труда и отдыха, оздоровительные заведения;
- в) собственные жилища, размещение у родственников и знакомых.

6. Укажите случаи, когда турбизнес целесообразно прекратить:

- а) убыточность производства;
- б) экологическая опасность производства;
- в) отсутствие спроса на туристские услуги;
- г) повышение спроса на туристские услуги.

7. Пэкидж-тур - это:

- а) комплексная тур.услуга;
- б) отдельные тур.услуги;
- в) единичные тур. услуги;
- г) сезонные тур. услуги.

Вариант 5**1. Какой из видов туризма является более привлекательным с точки зрения повышения доходов страны:**

- а) пассивный;
- б) внутренний;
- в) выездной;
- г) выходной;
- д) активный.

2. Развитие туриндустрии зависит от факторов:

- а) демографических;
- б) внутренних;
- в) транспортных;
- г) туристско-рекреационных ресурсов;
- д) экономических;
- е) политических.

3. Оптовыми продавцами индустрии туризма выступают:

- а) туроператоры;
- б) брокеры;
- в) турагенты;
- г) торговые представители.

4. Основным условием создания и развития курорта является...

- а) наличие рекреационных ресурсов;
- б) маркетинговые мероприятия и реклама;
- в) целенаправленное развитие местных обычаев и культуры.

5. Индивидуальные средства размещения это:

- а) собственные жилища, размещение у родственников и знакомых, арендуемые комнаты и жилища;
- б) жилища, предназначенные для отдыха, кемпинги, размещение у родственников и знакомых;
- в) общественные средства транспорта, конгресс-центры, собственные жилища.

6. Главная цель турбизнеса:

- а) уплата налогов в бюджеты различных уровней;
- б) производство туристских услуг;
- в) получение прибыли;
- г) удовлетворение потребностей туристов.

7. Инклюзив-тур-это:

- а) комплексная тур.услуга;
- б) отдельные тур.услуги;
- в) единичные тур. услуги;
- г) сезонные тур. услуги.

Вариант 6**1. Международный туризм развивается под влиянием факторов:**

- а) демографических;
- б) внутренних;
- в) экономических;
- г) социальных;
- д) внешних.

2. Туристы являются потребителями услуг:

- а) основных;
- б) внутренних;
- в) вспомогательных;
- г) сопутствующих;
- д) экономических.

3. Туристский поток – это...

- а) форма взаимодействия между местом назначения и местом отправления;
- б) расстояние между странами;
- в) уровень благосостояния населения;
- г) постоянное прибытие туристов в страну(регион).

4. Осязаемые турпродукты – это:

- а) снаряжение;
- б) услуги гостеприимства;
- в) сувениры;
- г) развлечения.

5. По скольким категориям классифицируются мотели?

- а) 5;
- б) 4;
- в) 3.

6. Субъектами турбизнеса могут быть:

- а) только отдельные частные лица;
- б) только объединения партнеров;
- в) отдельные частные лица и объединения партнеров.

7. Показатели производительности труда:

- а) выработка тур.услуг на одного работника;
- б) трудоемкость тур.услуг;
- в) объем тур.услуг;
- г) численность работников тур.фирмы.

Вариант 7**1. По продолжительности тура выделяют разновидности туризма:**

- а) кратковременный;
- б) внутренний;
- в) продолжительный;
- г) постоянный;
- д) сезонный.

2. Туристической деятельностью является:

- а) туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий;
- б) деятельность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения;
- в) деятельность по предоставлению туристических услуг, в соответствии с требованиями закона о «Туризме»

3. С чем связаны первичные факторы туристского потока?

- а) доступность места назначения;
- б) маркетинговая и рекламная стратегия;
- в) экономическое состояние региона, откуда отправляются туристы
- г) рекреационные ресурсы.

4. Тур, при котором путешественник сам или через турагента решает с транспортной организацией все вопросы по его перемещению к месту назначения, а также заказывает номер в гостинице. Называется:

- а) пакетный тур;
- б) независимый тур;
- в) комплексный тур;
- г) отдельный тур.

5. Гостиничные предприятия с участием иностранного капитала имеют:

- а) высокий уровень доходности;
- б) средний;
- в) низкий.

6. В состав основных средств туристического агентства можно отнести:

- а) офисное помещение;
- б) автопарк, используемый в турах ;
- в) труд экскурсовода;
- г) денежные средства в расчетах.

7. Факторы, влияющие на повышение производительности труда:

- а) отраслевые;
- б) сезонные;
- в) технические;
- г) на уровне тур.фирмы.

Вариант 8

1. По интенсивности турпотока выделяют разновидности туризма:

- а) кратковременный;
- б) внутренний;
- в) продолжительный;
- г) постоянный;
- д) сезонный.

2. Согласно Закону Украины «О туризме» туризм это:

а) особая форма передвижения-людей по маршруту с целью посещения конкретного объекта или удовлетворения специализированного интереса;

б) временный выезд лица с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без осуществления оплачиваемой деятельности в месте пребывания;

в) сегмент рынка, в котором сходятся предприятия традиционных отраслей хозяйства (транспорт, общественное питание, гостиничное хозяйство, культура, торговля и т.д.) с целью предложения своей продукции и услуг потребителям.

3. Что из перечисленного не относится к вторичным факторам туристского потока?

- а) доступность дестинации;
- б) стоимость поездки;
- в) маркетинговые мероприятия и реклама
- г) мобильность населения.

4. Неизменными составляющими тура являются:

- а) размещение;
- б) питание;
- в) транспортное обслуживание;
- г) экскурсии.

5. Дополнительные бесплатные услуги, предоставляемые гостиничным предприятием это:

- а) лечебная диагностика;
- б) услуги предприятий питания;
- в) вызов врача скорой помощи.

6. Наличие каких ресурсов в турпродукте гарантирует ему абсолютную конкурентоспособность:

- а) экономических;
- б) временно действующих;
- в) демографических;
- г) туристско-рекреационных.

7. К показателям развития туризма для региона (страны) относят:

- а) объем тур.потока;
- б) частные;
- в) обобщающие;
- г) показатели развития международного туризма.

Вариант 9

1. По форме сотрудничества выделяют разновидности туризма:

- а) безвалютный;
- б) внутренний;
- в) валютный;
- г) постоянный;
- д) сезонный.

2. Субъектами тур. деятельности являются:

- а) тур.операторы;
- б) тур.агенты;
- в) горничные;
- г) водители.

3. Что показывает гравитационная модель?

- а) размеры туристских потоков;
- б) чем больше регионов, дающих импульс для образования первичных и вторичных факторов, тем многочисленнее потоки туристов между ними;
- в) привлекательные преимущества одной страны (региона) для жителей другой;
- г) мобильность населения.

4. Рынок, который охватывает туристов, путешествующих в одиночку, самостоятельно планирующих свой маршрут, называется:

- а) индивидуальный туристский рынок;
- б) популярный туристский рынок;
- в) массовый туристский рынок;
- г) международный туристский рынок.

5. Транзитная гостиница это:

- а) гостиница, предоставляющая большой выбор услуг;
- б) гостиница, предоставляющая только питание и ночлег;
- в) гостиница, предоставляющая отдых и развлечения.

6. На степень полезности турпродукта влияют факторы:

- а) экономические;
- б) временно действующие;
- в) демографические;
- г) туристско-рекреационные.

7. К показателям, характеризующим состояние и развитие МТБ туризма относят:

- а) объем тур.потока;
- б) частные;
- в) вместимость номерного фонда;
- г) показатели развития международного туризма.

Вариант 10

1. Турист это индивидуум:

- а) путешествующий с целью развлечения, по семейным причинам, по состоянию здоровья и другим подобным причинам;
- б) выбирающий страну в качестве места постоянного проживания;
- в) путешествующий с целью принятия участия в различных встречах или как представитель (участник);
- г) приезжающий в страну назначения для работы.

2. В определение туриста не входят следующие индивидуумы:

- а) путешественники или транзитные пассажиры, едущие без остановки, время пребывания которых при проезде через страну занимает больше 24 часов;
- б) достигающие гавани страны на круизном судне, период пребывания которых в стране меньше 24 часов;
- в) путешествующие с целью принятия участия в различных встречах или как представители (участники);
- г) въезжающие в страну для работы.

3. К первой категории статистических данных для измерения туристских потоков относится...

- а) информация качественного характера о туристах и модели их поведения;
- б) данные о финансовых поступлениях и расходах;
- в) количественный состав туристских потоков;
- г) качественный состав туристских потоков.

4. Расходы, которые связаны с удовлетворением туристских нужд и желаний в процессе транспортировки, называются:

- а) дополнительные;
- б) видимые;
- в) невидимые;
- г) основные.

5. Назовите одно из условий подъема гостиничного хозяйства:

- а) восстановление и стабилизация внутреннего туризма;
- б) стабилизация въездного туризма;
- в) стабилизация выездного туризма.

6. Индустрия туризма - это:

- а) особая форма передвижения-людей по маршруту с целью посещения конкретного объекта или удовлетворения специализированного интереса;
- б) сегмент рынка, в котором сходятся предприятия традиционных отраслей хозяйства (транспорт, общественное питание, гостиничное хозяйство, культура, торговля и т.д.) с целью предложения своей продукции и услуг потребителям;
- в) комплексная система организации производства турпродукта;
- г) инициативная самостоятельная деятельность, направленная на обеспечение населения туристическими услугами.

7. К показателям, характеризующим состояние и развитие международного туризма относят:

- а) объем тур.потока;
- б) частные;
- в) число туродней по иностранным туристам;
- г) суммарные денежные затраты.

2.3. Практическое задание

Сформировать тур и рассчитать его ориентировочную стоимость.

Форму, вид и разновидность туризма, маршрут тура студент выбирает самостоятельно.

1. Общие сведения.
 - 1.1. Место и сроки пребывания туриста (количество дней и ночей)
 - 1.2. Количество туристов в группе
 - 1.3. Вид питания (пансион, полупансион, только завтрак)
 - 1.4. Проживание (х-местные номера)
 - 1.5. Транспортное обслуживание

1.6. Трансфер (аэропорт – гостиница – аэропорт; ж/д вокзал – гостиница – ж/д вокзал)

1.7. При расчете берутся цены на услуги, установленные соответствующими предприятиями туристской индустрии, в расчете на 1 человека за 1 час аренды автобуса

2. Смета расходов турфирмы по приему туристов включает по городам маршрута:

2.1. Стоимость проживания

2.2. Стоимость питания

2.3. Стоимость экскурсионной и культурной программы

2.4. Стоимость транспортного обслуживания

2.5. Стоимость переезда из города в город (при передвижном туре)

2.6. Услуги турфирмы (сопровождение тургруппы, экскурсионное обслуживание, бронирование мест в гостиницах и билетов и т.д.) рассчитываются методом прямого счета или укрупненно, как 5% величины расходов

2.7. Прибыль турфирмы - % от величины расходов

2.8. Общая стоимость тура

2.9. Стоимость путевки (ваучера) на одного туриста

В результате сделать вывод об эффективности данного тура (рассчитать фактическую рентабельность турфирмы).

3. ЛЕКЦИИ, ИХ СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ В ЧАСАХ

№ лекции	Наименование темы лекции. Содержание лекции	Дневная форма	Заочная форма
		Объем, час	Объем, час
Л 1	<u>Сущность и содержание туризма.</u> Определение туризма. Основные понятия туризма в украинском законодательстве. Турист как объект туризма. Типология туристов. Виды и формы туризма.	2	2
Л 2	<u>Туризм как динамичная отрасль экономики.</u> Предмет экономики туризма. Значение туризма. Динамичность экономической системы туризма.	2	2
Л 3	<u>Экономическая сущность туристского продукта.</u> Сущность услуг. Сущность туристского продукта. Туристский пакет. Структура туристского продукта. Валютный туристский продукт.	2	

Л 4	<u>Обеспечение качества туристского продукта.</u> Понятие качества. Требования к качеству туристского продукта. Условия создания качественного сервиса на туристском предприятии. Жизненный цикл туристского продукта.	2	
Л 5	<u>Туристский рынок.</u> Функции туристского рынка. Структура и сегментация туристского рынка.	2	
Л 6	<u>Рынок туризма в Украине.</u> Оценка общего состояния рынка туризма в Украине. Проблемы национального рынка туризма и пути их решения. Тенденции развития туризма и рекреации Севастополя.	1	
Л 7	<u>Туристская индустрия и ее структура.</u> Туристская индустрия. Туристское предприятие. Туристская фирма.	2	
Л 8	<u>Туроператорская и турагентская деятельность.</u> Роль туроператора и турагента на туристском рынке. Туроператоры. Турагенты. Туроператоры и турагенты на международном рынке.	2	
Л 9	<u>Трудовые ресурсы туристского предприятия.</u> Характер труда в сфере туризма. Обеспечение трудовыми ресурсами. Количественная характеристика трудовых ресурсов. Показатели движения рабочей силы. Рабочее время и его использование.	2	
Л 10	<u>Заработная плата и производительность труда в туризме.</u> Сущность заработной платы. Формы и системы оплаты труда на туристском предприятии. Состав фонда заработной платы на туристском предприятии. Производительность труда в сфере туризма.	2	
Л 11	<u>Экономическая эффективность туризма.</u> Система показателей развития туризма. Основные фонды туристского предприятия, их характеристика и показатели использования. Оборотные средства туристского предприятия.	2	

Л 12	<u>Себестоимость туристского продукта.</u> Сущность издержек производства туристского продукта. Классификация затрат на производство и реализацию туристского продукта. Управление издержками производства.	2	2
Л 13	<u>Цена и ценообразование в туризме.</u> Условия рыночного ценообразования. Факторы, влияющие на цену в туризме. Структура цены на туристский продукт.	2	
Л 14	<u>Оценка финансовых результатов деятельности туристского предприятия.</u> Финансы туристского предприятия. Финансовые результаты деятельности туристского предприятия. Оценка финансово-экономического положения предприятия. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.	2	2
Л 15	<u>Бизнес-план туристского предприятия.</u> Сущность бизнес-планирования на туристском предприятии. Этапы разработки бизнес-плана туристского предприятия.	1	
Л 16	<u>Оценка эффективности инвестиционных проектов в туризме.</u> Типовые инвестиционные проекты в туризме. Потенциальные ресурсы и источники инвестиций. Коммерческая состоятельность инвестиционных проектов.	2	
Л 17	<u>Стратегия рекламой компании туристской фирмы.</u> Туристская реклама в Украине и за рубежом. Нормативно-правовая база рекламного бизнеса в Украине. Виды туристской рекламы. Рекламная компания туристской фирмы.	1	
Л 18	<u>Договорные отношения в туристском бизнесе.</u> Нормативно-правовая база договорных отношений. Типовые договора в туризме. Структура договора о туристском обслуживании.	1	
	Всего часов	32	8

4. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Определение туризма.
2. Основные понятия туризма в украинском законодательстве.
3. Турист как объект туризма.
4. Типология туристов.
5. Виды и формы туризма.
6. Предмет экономики туризма.
7. Значение туризма.
8. Динамичность экономической системы туризма.
9. Сущность услуг.
10. Сущность туристского продукта.
11. Туристский пакет.
12. Структура туристского продукта.
13. Валютный туристский продукт.
14. Понятие качества.
15. Требования к качеству туристского продукта.
16. Условия создания качественного сервиса на туристском предприятии.
17. Жизненный цикл туристского продукта.
18. Функции туристского рынка.
19. Структура и сегментация туристского рынка.
20. Оценка общего состояния рынка туризма в Украине.
21. Проблемы национального рынка туризма и пути их решения.
22. Тенденции развития туризма и рекреации Севастополя.
23. Туристская индустрия.
24. Туристское предприятие.
25. Туристская фирма.
26. Роль туроператора и турагента на туристском рынке.
27. Туроператоры.
28. Турагенты.
29. Туроператоры и турагенты на международном рынке.
30. Характер труда в сфере туризма.
31. Обеспечение трудовыми ресурсами.
32. Количественная характеристика трудовых ресурсов.
33. Показатели движения рабочей силы.
34. Рабочее время и его использование.
35. Сущность заработной платы.
36. Формы и системы оплаты труда на туристском предприятии.
37. Состав фонда заработной платы на туристском предприятии.
38. Производительность труда в сфере туризма.
39. Система показателей развития туризма.
40. Основные фонды туристского предприятия, их характеристика и показатели использования.
41. Оборотные средства туристского предприятия.
42. Сущность издержек производства туристского продукта.

43. Классификация затрат на производство и реализацию туристского продукта.
44. Управление издержками производства.
45. Условия рыночного ценообразования.
46. Факторы, влияющие на цену в туризме.
47. Структура цены на туристский продукт.
48. Финансы туристского предприятия.
49. Финансовые результаты деятельности туристского предприятия.
50. Оценка финансово-экономического положения предприятия.
51. Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.
52. Сущность бизнес-планирования на туристском предприятии.
53. Этапы разработки бизнес-плана туристского предприятия.
54. Типовые инвестиционные проекты в туризме.
55. Потенциальные ресурсы и источники инвестиций.
56. Коммерческая состоятельность инвестиционных проектов.
57. Туристская реклама в Украине и за рубежом.
58. Нормативно-правовая база рекламного бизнеса в Украине.
59. Виды туристской рекламы.
60. Рекламная компания туристской фирмы.
61. Нормативно-правовая база договорных отношений.
62. Типовые договора в туризме.
63. Структура договора о туристском обслуживании.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Хозяйственный кодекс Украины: Офіційний вісник України, 2003, N 11.
2. Закон Украины «О туризме» от 15.09.1995 № 324/95-ВР, с изменениями и дополнениями от 04.11.2012
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр учбової літератури, 2007.
4. Іваніна О. О. Аудит туристичної діяльності: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр учбової літератури, 2007.
5. Косолапов А. Б., Елисеева Т. И. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства: учеб. Пособие М.; СПб.: Герда, 2006.
6. Мальска М.П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. - К.: Центр учбової літератури, 2010.
7. Мальська М. П., Худо В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр учбової літератури, 2004.
8. Мальська М. П., Худо В., Цибук В. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. К.: Центр навчальної літератури, 2005.
9. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр учбової літератури, 2007.
10. Алейникова Г. М. Организация и управление турбизнесом: учеб. Пособие К.: Центр учбової літератури, 2007
11. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство: организация, управление, обслуживание : учеб. пособие для студ. вузов . -2-е изд., перераб. и доп. Донецк: Изд-во ДИТБ, 2002
12. Долматов Г. М. Международный туристский бизнес: история, теория, реальность и перспективы К.: Дакор, 2006
13. Каурова А. Д. Организация сферы туризма: учеб. пособие . -2-е изд., перераб. и доп. Минск: Новое знание, 2004
14. Николаенко Д. В. Рекреационная география: учеб. пособие для студ. Вузов М.: КноРус, 2007.
15. Сенин В. С. Организация международного туризма: учеб. для студ. Вузов М.: Владос, 2001.
16. Сенин В. С. Организация международного туризма: учеб. для студ. Вузов М.: Финансы и статистика, 2004, 2003.
17. Соболева Е. А. Статистика туризма: статистическое наблюдение: Учеб. Пособие М.: Финансы и статистика, 2005.
18. Сухов Р. И. Организация работы туристского агентства: учеб. пособие . -2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2004.
19. Чернов В. А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: учеб. для студ. вузов, обуч. по эконом. спец. М.; Ростов н/Д: МарТ, 2006.
20. Чудновский А. Д., Жукова М. А. Информационные технологии управления в туризме: учеб. Пособие М.: ЮНИТИ, 2003.
21. Шостка В. И. Маркетинг в индустрии гостеприимства Севастополь; Симферополь: Ариал, 2010.
22. Шостка В. И. Менеджмент в индустрии гостеприимства М.: КноРус, 2007.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Образец оформления титульного листа

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ
Севастопольский национальный технический университет
Кафедра Экономики предприятия

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА
по дисциплине «Экономика туризма»

Выполнил: студент
(Ф.И.О., группа, № зачетной книжки)

Проверил: Л.С. Абрамова,
канд. эконом. наук, доц. кафедры ЭП

Севастополь
2013

Заказ № _____ от « ____ » _____ 2013. Тираж _____ экз.

Изд-во СевНТУ