

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Ректор Белорусского
государственного университета

А. Д. Король

15 июля 2024 г.

Регистрационный № УД – 13093/уч.

ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

**Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности:**

1-31 02 04 Геотехнологии туризма и экскурсионная деятельность

2024 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-31 02 04-2021, типового учебного плана № G 31-1-008/пр.-тип. от 29.12.2020, учебного плана УВО № G 31-1-211/уч. от 22.03.2022.

СОСТАВИТЕЛИ:

И.К. Трифонова, старший преподаватель кафедры экономической и социальной географии факультета географии и геоинформатики Белорусского государственного университета.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

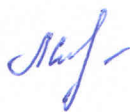
А.В. Таранчук, заведующий кафедрой географии и экологии человека УО «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», кандидат географических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономической и социальной географии
(протокол № 11 от 24.06.2024);

Научно-методическим советом БГУ
(протокол № 9 от 28.06.2024)

Заведующий кафедрой,
к.г.н., доцент



Л.О. Сушкевич

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель и задачи учебной дисциплины

Целью изучения дисциплины «Экономика туризма» является формирование у студентов научных основ экономики туризма, раскрывающих экономические отношения, которые формируются на туристском рынке в процессе производства, реализации и потребления туристских продуктов и услуг, предназначенных для удовлетворения рекреационных потребностей и личного потребления.

В рамках поставленной цели **задачами** учебной дисциплины являются:

- научить студентов основным приемам комплексного изучения и научного исследования в области экономики туризма;
- ознакомить студентов с методами анализа основных сегментов туристского рынка, факторами формирования туристского спроса, особенностями туристского потребления, значением туристского сектора в хозяйственном комплексе страны;
- сформировать у студентов навыки использования базовых научно-теоретических знаний по экономике туризма на практике при решении различных вопросов, связанных с хозяйственной деятельностью предприятий индустрии туризма.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием обусловлено необходимостью формирования высококвалифицированного кадрового потенциала на всех уровнях управления туризмом, способного принимать грамотные и обоснованные экономические решения. В связи с этим получение профессиональных экономических знаний, навыков и компетенций является необходимым условием подготовки кадров для сферы туризма. Экономическая значимость туризма весьма существенна для многих национальных экономик, в том числе, возрастает экономический вклад туризма и в экономику Республики Беларусь.

Учебная дисциплина «Экономика туризма» относится **к модулю** «Экономический» компонента учреждения образования.

Учебная дисциплина «Экономика туризма» имеет широкие междисциплинарные **связи** и основана на применении всех теоретических и методических знаний и практических навыков, полученных в ходе изучения дисциплин экономической и социальной географии.

Учебная программа по учебной дисциплине «Экономика туризма» составлена с учетом межпредметных связей с учебной дисциплиной «География международного туризма».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Экономика туризма» должно обеспечить формирование у студентов следующей **специализированной компетенции (СК)**:

СК. Анализировать объективные факторы и характер потребности людей в туристских услугах, экономическое поведение людей, потребляющих туристский продукт, экономические особенности процессов производства ту-

ристского продукта, анализа туристской индустрии и трудового потенциала сферы.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- понятийно-терминологический аппарат и основные экономические категории экономики туризма;
- методологию и методику анализа туристского рынка и деятельности туристских предприятий разного типа (туроператоров, гостиничных, транспортных и др.);
- общие принципы формирования финансовых ресурсов и рентабельности, ценообразования, налогообложения, оплаты труда туристских предприятий;

уметь:

- применять методы экономического анализа для оценки туристского спроса и предложения туристских продуктов и услуг, влияния туристского сектора на платежный баланс и устойчивое развитие стран и регионов;
- устанавливать общие закономерности структуры финансовых ресурсов, платежеспособности и рентабельности туристских предприятий;
- разрабатывать экономическое обоснование туристских маршрутов разного типа с учетом структуры спроса и платежеспособности потребителей, определять их ценовые параметры и структуру себестоимости; проводить экономический анализ основных видов хозяйственной деятельности турпредприятий, определять тенденции динамики разных видов обслуживания, территориальной концентрации туристского обслуживания, прогнозировать развитие сегментов туристского рынка.

владеть:

- базовыми научно-теоретическими знаниями по экономике туризма и уметь их применять для решения практических задач;
- компетентностным подходом, системным и сравнительным анализом;
- практическими и исследовательскими навыками.

Структура учебной дисциплины

Дисциплина «Экономика туризма» изучается в 6 семестре. Всего на изучение учебной дисциплины отведено:

- в очной форме получения высшего образования: 134 часа, в том числе аудиторных – 72 часа, из них: 42 часа – лекции, из них: 6 часов с применением дистанционных образовательных технологий (далее: ДОТ), практические занятия – 20 часов, семинарские занятия – 10 часов.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Форма промежуточной аттестации – **экзамен.**

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

РАЗДЕЛ 1. ТУРИСТСКИЙ СЕКТОР В ХОЗЯЙСТВЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

Тема 1.1. Введение в дисциплину. Туристский сектор в хозяйственном комплексе

Международный и внутренний туризм в мировом и национальных хозяйственных комплексах. Социально-экономическая сущность туризма и его место в сфере услуг.

Социальные, демографические, экономические, политические и другие факторы развития международного туризма.

Влияние туризма на отраслевую и территориальную структуру хозяйственного комплекса.

Социально экономическая сущность туризма и его место в ЕСКХД. Туристские услуги как продукт отрасли. Классификация продуктов и производственной деятельности в сфере туризма. Стоимостные и натуральные показатели туристского рынка. Формы государственной статистической отчетности в туризме (№ 1-тур /коечный фонд, количество обслуженных по длительности пребывания/, № 4-тур /номерной фонд, выручка/, № 4-тур /турпотоки/).

Тема 1.2. Туристский рынок, его структура и основные элементы

Понятие, функции и классификация туристского рынка. Туристский рынок как взаимосвязанная система туристского спроса и предложения, производства и реализации комплексного туристского продукта. Формы рыночных отношений в туризме. Туристский продукт предприятия, региона, страны. Демографические и социально-экономические сегменты туристского рынка. Макрорегиональная структура международного туристского рынка.

Особенности туристского рынка СНГ и Республики Беларусь. Основные элементы туристского рынка – туристский спрос, предложение и цены туристских услуг. Туристский продукт и особенности его структуры. Сегментация туристского рынка и структура сбытовой сети.

Внутренние и внешние каналы системы реализации туристских услуг. Типы договорных и арендных отношений на туристском рынке. Коммерческие условия сделок на туристские услуги (предложение, предмет и объект сделки, бронирование и аннуляция туров, цена, комиссия, формы и сроки расчетов, санкции за просрочку платежей).

Тема 1.3. Туристский спрос, факторы его формирования и методы изучения

Типология рекреационно-туристских потребностей. Личные, групповые и общественные рекреационно-туристские потребности. Абсолютные и действительные (реальные) потребности в туристском продукте. Платежеспособные потребности как баланс массы туристских услуг, уровня доходов населения и рыночных цен. Туристский спрос, его динамика, территориаль-

ная структура и сезонность. Реализованный, неудовлетворенный и формирующийся спрос.

Экономические, социальные, демографические и другие факторы развития туристского спроса. Эластичность туристского спроса в зависимости от цен и доходов. Методы изучения спроса на туристские услуги. Социологические методы определения туристского спроса. Групповое и индивидуальное анкетирование (по месту жительства, работы, отдыха). Социологическое интервью и его виды. Почтовый и телефонный опрос. Метод наблюдения и анализа документов.

Основные методы прогнозирования туристского спроса. Линейные и регрессионные модели. Гравитационные модели туристского спроса. Нормативный подход к прогнозированию туристского спроса. Методы расчета спроса, основанные на бюджете свободного времени.

Тема 1.4. Туристское хозяйство в экономике стран и регионов

Туристское потребление и экспорт туристских услуг. Туристские доходы и расходы, особенности их формирования. Валовые и чистые затраты туристов, платные услуги и бесплатные блага, ограниченность туристского потребления во времени. Особенности туристского потребления товаров и услуг. Туристские доходы и их влияние на торговый и платежный баланс страны. Платежный баланс страны и его структура. Реальные и финансовые трансакции.

Структура общего туристского баланса. Сальдо туристского баланса. Прямые и косвенные поступления от туризма. Доходы от туризма в общей стоимости экспорта товаров и услуг. Влияние международного туризма на платежный и торговый баланс. Типы стран по влиянию туризма на платежный баланс.

Тема 1.5. Туристское хозяйство в системе национальных счетов

Основные макроэкономические показатели и их значение для экономики туризма. Валовый внутренний продукт (ВВП) и методы его исчисления (производственный, конечного использования, распределительный). Валовой национальный доход и национальное богатство.

Методы построения консолидированных счетов СНС и место туристского комплекса. Счет товаров и услуг и объемы производства туристского продукта.

РАЗДЕЛ 2. ТУРИСТСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ИХ ТИПЫ

Тема 2.1. Типы туристских предприятий и основные фонды

Типология туристских предприятий, первичные и вторичные предприятия. Специализированные, дополнительные и сопутствующие туристские предприятия. Турорганизаторы, туроператоры, турагентства (бюро) и турагенты на внешнем и внутреннем туристском рынке. Туроператоры как главный генератор туристского рынка. Турагентство (бюро) как предприятие посреднической деятельности.

Классификация, состав и структура основных фондов туристских предприятий. Баланс основных фондов, первоначальная и остаточная стоимость. Динамика основных фондов, коэффициенты их обновления и выбытия. Амортизационные отчисления и износ основных фондов. Показатели экономической эффективности использования основных фондов (фондоотдача, фондовооруженность, рентабельность).

Планирование и экономическая эффективность вложений в туристскую инфраструктуру. Определение эффективности на основе годового дохода и прибыли, приведенных затрат, сопутствующего экономического эффекта.

Тема 2.2. Гостиничные предприятия, их функциональное назначение и классификация

Туристские предприятия размещения, их функции и классификация. Разрядность гостиничных учреждений и характер предоставляемых услуг.

Гостиничный продукт как комплексная услуга. Функциональное назначение гостиниц и их типология. Классификация гостиниц по уровню комфорта. Мощность коечного фонда, показатели эксплуатационной готовности и коэффициенты его использования. Комплексная туристская инфраструктура на маршрутах. Предприятия туристского питания, их типы и классификация. Показатели эффективности функционирования предприятий питания.

Предприятия дополнительных туристских услуг (курортно-рекреационных, оздоровительных, спортивных, экскурсионных, культурно-зрелищных и т.д.) и их роль в формировании туристского продукта. Роль стандартизации и лицензирования в повышении качества туристского обслуживания.

Тема 2.3. Формы договорных взаимоотношений гостиниц и турфирм

Типы договоров на бронирование мест. Технологические схемы работы гостиниц с туроператорами и турагентами. Структура и содержание договоров аренды гостиничных мест.

Тема 2.4. Транспортные предприятия и их роль в перевозке туристов

Транспортные туристские предприятия и их типы. Перевозки туристов в районы отдыха и тарифы на международном и внутреннем рынке. Транспортное обслуживание в туристских центрах и на маршрутах. Основные технико-эксплуатационные характеристики транспортных предприятий.

Правовое регулирование и организация перевозок туристов воздушным транспортом. Системы взаимоотношений турфирм и авиакомпаний, тарифная и ценовая политика. Транзитные и чартерные перевозки, договор чартера.

Организация железнодорожных перевозок туристов. Особенности организации железнодорожных перевозок туристов. Технологии разработки железнодорожных туров, работа руководителя группы на железнодорожном маршруте. Железнодорожные тарифы, льготы и сборы при перевозках туристов.

Автобусные перевозки туристов на международном и внутреннем рынке

Рынок международных туристских автопутешествий. Особенности организации автомобильных туристских маршрутов. Документационное обеспечение автобусных маршрутов и туров.

Особенности организации морских и речных круизов. Морские и речные круизы как комплексный турпродукт. Организация обслуживания туристов на круизах. Тарифная и ценовая политика. Договорная документация морских и речных круизов.

РАЗДЕЛ 3. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Тема 3.1. Финансовые ресурсы и основной баланс туристского предприятия

Методы ведения оперативного финансового учета в туристских предприятиях. Основной баланс, основной и оборотный капитал туристского предприятия. Отчет о прибыли и убытках, смета доходов и расходов туристских предприятий. Анализ финансового состояния туристских предприятий.

Показатели платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия, использования оборотных средств, кредитов, норма рентабельности. Планирование доходов и прибыли. Расчет объемов реализации, издержек и прибыли для принятия коммерческих решений. Годовой бизнес-план туристского предприятия и его структура.

Тема 3.2. Трудовые ресурсы и организация оплаты труда в туристских предприятиях

Социально-экономическая сущность труда в туристском обслуживании. Особенности структуры занятости в туристских предприятиях и регулирование трудовых отношений. Полная и частичная занятость, штатные работники и совместители.

Факторы, влияющие на использование рабочего времени в туристских предприятиях. Планы по труду, нормы выработки, определение необходимой численности работников. Среднесписочная численность занятых и ее определение.

Сезонность трудовой занятости в туризме и пути ее снижения. Формы и системы оплаты труда, тарифная система и должностные оклады в туристских предприятиях. Надбавки к тарифным ставкам и окладам, доплаты. Использование повременной и сдельной систем оплаты труда. Порядок премирования. Образование и распределение фонда оплаты труда. Производительность и эффективность труда в туристских предприятиях.

Тема 3.3. Ценообразование на туристском рынке и структура себестоимости турпродукта

Стоимость туристского продукта как объективная основа ценообразования. Учетная, стимулирующая, распределительная и другие функции цены. Виды цен по формам собственности туристских предприятий, срокам действия, территориальному масштабу. Структурные элементы цены – себестоимость затрат на производство туристских услуг, внепроизводственные

расходы, налоги, наценки, прибыль.

Цены на туристский продукт, механизм их формирования и методы калькуляции (ориентации на конечные затраты и прибыль, цены на мировом и региональном рынках, цены основных конкурентов). Структурные элементы цены, структура и состав издержек в себестоимости туруслуг. Полные затраты и их структура, постоянные и переменные затраты, возможности изменения структуры себестоимости. Влияние структуры постоянных и переменных затрат на объем доходов и цены услуг. Цены на индивидуальные и групповые туры. Монопольная цена на уникальные туристские услуги. Курортные и туристские сборы в структуре цен на туристские услуги. Влияние характера жизненного цикла туристского продукта на уровень цен. Критерии и формы внесезонных скидок на туристские услуги. Ценовая политика и ее реализация в коммерческих сделках. Маркетинговый и затратный методы определения цены.

Тема 3.4. Налогообложение туристских предприятий

Виды налогов и сборов в туризме. Функции налогов в рыночном хозяйстве. Классификация налогов по объектам обложения, источникам уплаты, способу изъятия и обложения. Налоговые ставки и их виды. Платежи, уплачиваемые из выручки от реализации туруслуг, включаемые в себестоимость турпродукта, уплачиваемые из прибыли. Налог на добавленную стоимость и порядок его исчисления в туристских предприятиях. Налог на прибыль и имущество туристских предприятий.

Тема 3.5. Рентабельность туристских предприятий и методы ее анализа

Формирование выручки от реализации турпродукта и балансовой прибыли туристских предприятий. Балансовая и чистая прибыль. Общая рентабельность и её абсолютный прирост. Рентабельность реализованной продукции и факторы ее формирования (удельный вес себестоимости, фондоотдача основного капитала, число оборотов оборотных средств, доля затрат в выручке). Расчет рентабельности методом цепных подстановок и роли отдельных факторов её формирования.

Тема 3.6. Планирование деятельности туристского предприятия

Сущность планирования. Философия планирования предприятия. Стратегия предприятия. Принципы планирования. Основные принципы классификации планирования. Способы и методы планирования. Финансовое планирование. Бизнес-планирование.

Тема 3.7. Методы экономического анализа туристских предприятий

Основные задачи экономического анализа туристских предприятий. Методы экономического анализа – сравнения, группировка, абсолютные и относительные величины, детализация, ряды динамики, сплошное и выборочное наблюдение, корреляционный и факторный анализ.

Графические методы в экономическом анализе. Анализ рядов динамики и сезонной неравномерности обслуживания.

Корреляционный анализ объемов потребления туристских услуг и основных факторных признаков (рост доходов населения, объем свободного

времени, уровень урбанизации и др.). Методы анализа территориальной концентрации элементов туристского рынка.

Тема 3.8. Методы прогнозирования туристского рынка

Бизнес-планирование туристского рынка и деятельности турпредприятий. Механизм разработки бизнес-планов, определение порога рентабельности основных видов обслуживания. Методы прогнозирования объемов туристского потребления. Методы регрессионного анализа основных элементов туристского рынка. Методы определения социальной и экономической эффективности туризма.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Очная форма получения высшего образования с применением дистанционных образовательных технологий (ДОТ)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	ТУРИСТСКИЙ СЕКТОР В ХОЗЯЙСТВЕННОМ КОМПЛЕКСЕ	14	6	4				
1.1	Введение в дисциплину. Туристский сектор в хозяйственном комплексе	4						Индивидуальный опрос
1.2	Туристский рынок, его структура и основные элементы	2		2				Презентации Опрос, дискуссия
1.3	Туристский спрос, факторы его формирования и методы изучения	2	2					Опрос, дискуссия Расчетно-аналитические работы
1.4	Туристское хозяйство в экономике стран и регионов	4	2					Опрос, дискуссия Расчетно-аналитические работы
1.5	Туристское хозяйство в системе национальных счетов	2	2	2				Групповые проектные задания Презентации
2	ТУРИСТСКИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ И ИХ ТИПЫ	12	4	2				
2.1	Типы туристских предприятий и основные фонды	2						Индивидуальный опрос
2.2	Гостиничные предприятия, их функциональное	4	2					Индивидуальный опрос

	назначение и классификация							Расчетно-аналитические работы
2.3.	Формы договорных взаимоотношений гостиниц и турфирм	2						Индивидуальный опрос
2.4.	Транспортные предприятия и их роль в перевозке туристов	4 (ДОТ)	2	2				Индивидуальный опрос Презентации
3	ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	16	10	4				
3.1	Финансовые ресурсы и основной баланс туристского предприятия	2						Индивидуальный опрос
3.2	Трудовые ресурсы и организация оплаты труда в туристских предприятиях	2	2					Расчетно-аналитические работы Индивидуальный опрос
3.3	Ценообразование на туристском рынке и структура себестоимости турпродукта	2	2					Расчетно-аналитические работы Индивидуальный опрос
3.4	Налогообложение туристских предприятий	2 (ДОТ)		2				Индивидуальный опрос Презентации
3.5	Рентабельность туристских предприятий и методы ее анализа	2	2					Расчетно-аналитические работы Индивидуальный опрос
3.6	Планирование деятельности туристского предприятия	2		2				Индивидуальный опрос Презентации
3.7	Методы экономического анализа туристского предприятия	2	2					Расчетно-аналитические работы Индивидуальный опрос
3.8.	Методы прогнозирования туристского рынка	2	2					Расчетно-аналитические работы Индивидуальный опрос
	Всего часов	42	20	10				

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Гладилин, В. А. Экономика туризма : учебно-практическое пособие / В. А. Гладилин ; Ставропольский филиал ФГБОУВО "Московский педагогический государственный университет". - Москва : Русайнс, 2021. - 186 с.
2. Ушаков, Р. Н. Организация гостиничного дела. Обеспечение безопасности : учебное пособие для студентов учебных заведений, реализующих программу среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 "Туризм", 43.02.11 "Гостиничный сервис" / Р. Н. Ушаков. Н. Л. Авилова. - Москва : ИНФРА-М, 2023. - 135 с. Режим доступа : <https://znanium.com/catalog/document?id=419502>
3. Экономика и организация туризма: международный туризм : учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)" / [Е. Л. Драчева и др.] ; под ред. И. А. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой ; Московская академия туристского и гостинично-ресторанного бизнеса. - 4-е изд., испр. и доп. - Москва : КноРус, 2021. - 565 с.

Перечень дополнительной литературы

1. Актуальные проблемы и стратегии развития сферы туризма и гостеприимства : сборник статей / М-во науки и высшего образования Российской Федерации (Минобрнауки России), ФГБОУ ВО "Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова" ; под ред. Е. Ю. Никольской. - Москва : Русайнс, 2021. - 356 с.
2. Биржаков, М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: Перевозки. СПб.: Издательский дом Герда, 2001. – 400 с.
3. Быстров, С. А. Экономика туристской индустрии : учебник / С. А. Быстров, М. А. Морозова. - Санкт-Петербург : Изд-во Политехнического ун-та, 2017. - 414 с.
4. Быстров, С. А. Экономика туристской индустрии : учебник / С. А. Быстров, М. А. Морозова. - Санкт-Петербург : Изд-во Политехнического ун-та, 2017. - 414 с.
5. Васильченко, А. О. Менеджмент в туризме и гостеприимстве : учеб.-метод. пособие для студ. спец. 1-89 01 01 "Туризм и гостеприимство" : [в 2 ч.] / А. О. Васильченко, Е. А. Гречишкина ; М-во образования Республики Беларусь, УО "Полесский гос. ун-т". - Пинск : ПолесГУ, 2019-2020.
6. Волонцевич, Е. Ф. Конкурентоспособность предприятия туристической индустрии : учеб.-метод. пособие / Е. Ф. Волонцевич. - Минск : РИ-ПО, 2014. - 134 с.

7. Гладилин, В. А. Организация и менеджмент в туризме : учебно-практическое пособие / В. А. Гладилин ; Ставропольский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Московский педагогический государственный университет". - Москва : РУСАЙНС, 2020. - 119 с.

8. Гладилин, В. А. Предпринимательство в туризме : учебное пособие [для студентов бакалавриата, обучающихся по направлениям "Государственное и муниципальное управление", "Туризм"] / В. А. Гладилин ; Ставропольский филиал ФГБОУВО "Московский педагогический государственный университет". - Москва : Русайнс, 2021.

9. Горбылева, З. М. Экономика туризма : Учеб. пособие для студ. спец. "Экономика и управление на предприятии" учреждений, обеспеч. получение высш. образования / З. М. Горбылева. - Минск : БГЭУ, 2004. - 479 с.

10. Горбылева, З.М. Экономика предприятий туризма: учеб-метод. пособие /З.М. Горбылева. – Минск: РИПО, 2014. – 269 с.

11. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по напр. и спец. "Менеджмент", "Маркетинг", "Менеджмент в социальной сфере" / А. П. Дурович, А. С. Капанев ; под общ. ред. З. М. Горбылевой. - Мн. : Экономпресс, 1998. - 399 с.

12. Кабушкин, Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. "Менеджмент организации" / Н. И. Кабушкин. - Москва : Кнорус, 2019. - 413 с.

13. Киреева Е. Ф. Налоги и налогообложение : учебник для студ. учреждений высш. образования по группе спец. "Экономика и управление" / [авт.: Е. Ф. Киреева и др.] ; под ред. Е. Ф. Киреевой. - Минск : БГЭУ, 2019. - 439 с.

14. Левченко, К. К. Развитие въездного туризма и его влияние на экономику территории / К. К. Левченко, Т. П. Левченко. - Москва : Русайнс, 2020. - 115 с.

15. Липатова, О. В. Анализ хозяйственной деятельности транспортного предприятия : учеб.-метод. пособие / О. В. Липатова ; М-во транспорта и коммуникаций Республики Беларусь, УО "Бел. гос. ун-т транспорта", Ин-т повышения квалификации и переподготовки руководителей и специалистов транспортного комплекса Республики Беларусь. - Гомель : БелГУТ, 2019. - 125 с.

16. Овчаров, А.О. Экономика туризма: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 253 с.

17. Экономика и организация туризма: международный туризм. Учеб пособие. 4-е изд. /Под ред. Рябовой И.А., Забаева Ю.В., Драчёвой Е.Л.. – М.: КНОРУС, 2010. – 568 с.

18. Яковлев, Г.А. Экономика и статистика туризма. Учеб. пособие. 2-е изд., – М.: Изд-во РДЛ, 2004. – 376 с.

Основные информационные электронные источники

1. <http://www.world-tourism.org> – Официальный сайт Всемирной туристской организации (ЮНВТО)
2. <http://www.interorg.narod.ru> – сайт международных организаций
3. <http://www.intourion.ru> – справочник по регионам, странам мира
4. <http://www.un.org> – официальный сайт ООН
5. <http://www.worldbank.org> – официальный сайт Всемирного банка (статистика по странам и регионам)
6. www.unido.org – официальный сайт Комиссии ООН по промышленному развитию ЮНИДО.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой отметки

Формой промежуточной аттестации по дисциплине «Экономика туризма» учебным планом предусмотрен **экзамен**.

Контроль качества знаний по дисциплине и средства диагностики устанавливаются УВО в соответствии с образовательным стандартом, нормативными документами Министерства образования Республики Беларусь, а также методическими рекомендациями УМО.

Для диагностики компетенций могут использоваться следующие средства текущего контроля:

- презентации;
- индивидуальный опрос;
- опрос, дискуссия;
- расчетно-аналитические работы;
- групповые проектные задания.

При формировании итоговой отметки используется рейтинговая система оценки знаний студента, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая система предусматривает использование весовых коэффициентов в ходе проведения контрольных мероприятий текущей аттестации.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущей аттестации в отметку при прохождении промежуточной аттестации:

Формирование отметки за текущую аттестацию:

- презентации (25 %);
- опрос, дискуссия (25 %);
- расчетно-аналитические работы (25 %);
- групповые проектные задания (25 %);

Итоговая отметка по учебной дисциплине «Экономика туризма» рассчитывается на основе отметки текущей аттестации (рейтинговой системы оценки знаний) и экзаменационной отметки с учетом их весовых коэффициентов. Вес отметки по текущей аттестации составляет 40 %, экзаменационной отметки – 60 %.

Примерная тематика практических занятий

Практическая работа № 1.

Тема 1.3. Туристский спрос, факторы его формирования и методы изучения. (2 часа)

Форма контроля – опрос, дискуссия, расчетно-аналитические работы.

Практическая работа № 2.

Тема 1.4. Туристское хозяйство в экономике стран и регионов. (2 часа)

Форма контроля – опрос, дискуссия, расчетно-аналитические работы.

Практическая работа № 3.

Тема 1.5. Туристское хозяйство в системе национальных счетов. (2 часа)

Форма контроля – групповые проектные задания, презентации.

Практическая работа № 4.

Тема 2.2. Гостиничные предприятия, их функциональное назначение и классификация. (2 часа)

Форма контроля – индивидуальный опрос, расчетно-аналитические работы.

Практическая работа № 5.

Тема 2.4. Транспортные предприятия и их роль в перевозке туристов. (2 часа)

Форма контроля – индивидуальный опрос, презентации.

Практическая работа № 6.

Тема 3.2. Трудовые ресурсы и организация оплаты труда в туристских предприятиях. (2 часа)

Форма контроля – расчетно-аналитические работы, индивидуальный опрос.

Практическая работа № 7.

Тема 3.3. Ценообразование на туристском рынке и структура себестоимости турпродукта. (2 часа)

Форма контроля – расчетно-аналитические работы, индивидуальный опрос.

Практическая работа № 8.

Тема 3.5. Рентабельность туристских предприятий и методы ее анализа. (2 часа)

Форма контроля – расчетно-аналитические работы, индивидуальный опрос.

Практическая работа № 9.

Тема 3.7. Методы экономического анализа туристских предприятий. (2 часа)

Форма контроля – расчетно-аналитические работы, индивидуальный опрос.

Практическая работа № 10.

Тема 3.7. Методы прогнозирования туристского рынка. (2 часа)

Форма контроля – расчетно-аналитические работы, индивидуальный опрос.

Примерная тематика семинарских занятий

Семинар 1.

Тема 1.2. Туристский рынок, его структура и основные элементы. (2 часа)

Вопросы для коллективного обсуждения,
подготовки докладов и рефератов

1. Понятие, функции и классификация туристского рынка.
2. Туристский рынок как взаимосвязанная система туристского спроса и предложения, производства и реализации туристского продукта.
3. Формы рыночных отношений в туризме.
4. Туристский продукт предприятия, региона, страны.
5. Демографические и социально-экономические сегменты туристского рынка.
6. Макрорегиональная структура международного туристского рынка.
7. Основные элементы туристского рынка – туристский спрос, предложение и цены туристских услуг.
8. Туристский продукт и особенности его структуры.
9. Сегментация туристского рынка и структура сбытовой сети.
10. Каковы особенности туристского рынка Республики Беларусь?
11. Кто является субъектом туристского рынка? Чем отличаются между собой туроператоры, турагенты и контрагенты в РБ?
12. Какова роль государства в регулировании экономики туризма? Дайте оценку государственной политики в области туризма в РБ.
13. Каковы общие и специфические функции туристского рынка РБ?

Форма контроля – опрос, дискуссия, презентации.

Семинар 2.

Тема 1.5. Туристское хозяйство в системе национальных счетов. (2 часа)

1. Основные макроэкономические показатели и их значение для экономики туризма.
2. Валовый внутренний продукт (ВВП) и методы его исчисления (производственный, конечного использования, распределительный).
3. Валовый национальный доход и национальное богатство.
4. Методы построения консолидированных счетов СНС и место туристского комплекса.
5. Счет товаров и услуг и объемы производства туристского продукта.

Форма контроля – презентации.

Семинар 3.

Тема 2.4. Транспортные предприятия и их роль в перевозке туристов. (2 часа)

Вопросы для коллективного обсуждения,
подготовки докладов и рефератов

1. Транспортные туристские предприятия и их типы. Основные технико-эксплуатационные характеристики транспортных предприятий.
2. Перевозки туристов в районы отдыха и тарифы на международном и внутреннем рынке. Транспортное обслуживание в туристских центрах и на маршрутах.
3. Правовое регулирование и организация перевозок туристов воздушным транспортом.
4. Системы взаимоотношений турфирм и авиакомпаний, тарифная и ценовая политика. Транзитные и чартерные перевозки, договор чартера.
5. Организация железнодорожных перевозок туристов. Особенности организации железнодорожных перевозок туристов.
6. Технологии разработки железнодорожных туров, работа руководителя группы на железнодорожном маршруте. Железнодорожные тарифы, льготы и сборы при перевозках туристов.
7. Автобусные перевозки туристов на международном и внутреннем рынке. Рынок международных туристских автопутешествий.
8. Особенности организации автомобильных туристских маршрутов. Документационное обеспечение автобусных маршрутов и туров.
9. Особенности организации морских и речных круизов. Морские и речные круизы как комплексный турпродукт.
10. Организация обслуживания туристов на круизах. Тарифная и ценовая политика. Договорная документация морских и речных круизов.

Форма контроля – индивидуальный опрос, презентации.

Семинар 4.

Тема 3.4. Налогообложение туристских предприятий. (2 часа)

Вопросы для коллективного обсуждения,
подготовки докладов и рефератов

1. Виды налогов и сборов в туризме.
2. Функции налогов в рыночном хозяйстве.
3. Классификация налогов по объектам обложения, источникам уплаты, способу изъятия и обложения.
4. Налоговые ставки и их виды.
5. Платежи, уплачиваемые из выручки от реализации туруслуг, включаемые в себестоимость турпродукта, уплачиваемые из прибыли.
6. Налог на добавленную стоимость и порядок его исчисления в туристских предприятиях.
7. Налог на прибыль и имущество туристских предприятий.

Форма контроля – индивидуальный опрос, презентации.

Семинар 5.

Тема 3.6. Планирование деятельности туристского предприятия. (2 часа)

Вопросы для коллективного обсуждения,
подготовки докладов и рефератов

1. Сущность планирования.
2. Философия планирования предприятия.
3. Стратегия предприятия.
4. Принципы планирования. Основные принципы классификации планирования.
5. Способы и методы планирования.
6. Финансовое планирование.
7. Бизнес-планирование.

Форма контроля – индивидуальный опрос, презентации.

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса в рамках дисциплины «Экономика туризма» используются следующие методы и подходы: **эвристический и практико-ориентированный подход, метод группового обучения и критического мышления.**

Эвристический подход, который предполагает: осуществление студентами личностно-значимых открытий в области экономики и географии туризма; демонстрацию многообразия решений большинства профессио-

нальных задач в области индустрии туризма Республики Беларусь; индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлекссию собственной образовательной деятельности в области географии международного туризма.

Практико-ориентированный подход, который предполагает: освоение содержания образования в области экономики туризма через решения практических задач; приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности в индустрии туризма; ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов в рамках данной дисциплины.

Метод группового обучения, который представляет собой форму организации учебно-познавательной деятельности, предполагающую функционирование разных типов малых групп, работающих как над общими, так и специфическими учебными заданиями в области экономики и географии туризма.

Методы и приемы развития критического мышления, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимания информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления по определенной проблематике.

Метод учебной дискуссии, который предполагает участие студентов в целенаправленном обмене мнениями и идеями способствует успешному освоению ключевых тем дисциплины и широко используется на семинарских и практических занятиях при изучении туристского рынка и туристского спроса, а также для более полного понимания значения туристского сектора в экономике стран и регионов.

Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемых тем, т.к. при освоении дисциплины студенты должны иметь определенный уровень знаний и представлений о туризме как сфере не только теоретического, но и практического знания для решения проблем совершенствования туристической индустрии в Республике Беларусь.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

При изучении учебной дисциплины «Экономика туризма» используются формы самостоятельной работы, предусмотренной для студентов. В частности, в качестве основы рассматривается поиск (подбор), научно-методической литературы и иных электронных источников по индивидуальным заданиям в рамках дисциплины. При этом студентам рекомендуется использовать современные возможности информационных ресурсов сети Интернет (включая официальные сайты стран, органов и международ-

ных организаций, в частности, сайт ЮНВТО: <http://www.unwto.org>), публикации статей и учебников в открытом доступе, ресурсы электронной (<http://www.elib.bsu.by>) и фундаментальной библиотеки БГУ (<https://library.bsu.by>).

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Предмет экономики туризма.
2. Экономические особенности производства туристских услуг. Материально-техническая база туризма.
3. Международная классификация средств размещения. Типы средств размещения в Республике Беларусь.
4. Формы договорных взаимоотношений гостиниц и турфирм.
5. Транспортные предприятия и перевозки воздушным транспортом.
6. Организация железнодорожных перевозок туристов.
7. Автобусные перевозки туристов на международном и внутреннем рынке.
8. Особенности организации морских и речных круизов.
9. Туроператорская деятельность по формированию туристского продукта. Туроператорская и турагентская деятельность по реализации туристского продукта.
10. Экономические особенности потребления туристского продукта (услуги).
11. Основные положения договора розничной купли-продажи туристского продукта.
12. Экономическое значение международного туризма. Мультипликативный эффект туризма.
13. Экономическое значение туризма в странах и регионах мира (по выбору).
14. Влияние туризма на платежный баланс.
15. Экономические и финансовые показатели мировой туристской индустрии.
16. Сущность и специфические особенности туристского продукта.
17. Факторы производства туристского продукта.
18. Факторы формирования туристского спроса. Иерархия туристских потребностей в контексте качества туристских услуг по А. Маслоу.
19. Экономические особенности функционирования туристского рынка.
20. Маркетинговый анализ туристского рынка Республики Беларусь.
21. Основные сегменты потребительского спроса на туристском рынке Беларуси.
22. Сегментация туристского рынка по географическим, социальным и психологическим критериям.

23. Стратегическое планирование деятельности туристского предприятия. Бизнес-план.
24. Эффективность функционирования туристского предприятия. Качество туристского продукта.
25. Трудовые ресурсы и организация оплаты труда в туристских предприятиях. Мотивация сотрудников.
26. Ценообразование на туристском рынке.
27. Налогообложение туристских предприятий.
28. Рентабельность туристских предприятий и методы ее анализа.
29. Методы экономического анализа туристских предприятий.
30. Методы прогнозирования туристского рынка.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Дисциплина не требует согласования			

Заведующий кафедрой экономической
и социальной географии,
к.г.н., доцент



Л.О. Сушкевич

24.06.2024

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
ПО ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

на _____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание
1		
2		

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
(протокол № ____ от _____ 20_ г.)

Заведующий кафедрой

(степень, звание) (подпись) (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета

(степень, звание) (подпись) (И.О.Фамилия)