

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Зекрин Фанави Хайбрахманович
Должность: Ректор
Дата подписания: 07.11.2025 11:31:03
Уникальный программный идентификатор:
8d1b39193cdad8918b8873b6591d9ef237c1a2d2

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧАЙКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ»
(ФГБОУ ВО «ЧГИФК»)**

Кафедра туризма и менеджмента

**Методические указания к контрольной работе по дисциплине
«Менеджмент рекреационно-оздоровительной деятельности»**

для студентов заочной формы обучения
направления подготовки 49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный
туризм,
профиль «Менеджмент рекреации и туризма»

Разработчик:
Сапогова С.В.,
к.э.н., доцент

Рассмотрено на заседании кафедры ТиМ
Протокол от «26» марта 2019 г. № 10

Чайковский, 2019

Сапогова С.В. Менеджмент рекреационно-оздоровительной деятельности: методические указания к выполнению контрольных работ /С.В. Сапогова – Чайковский: ФГБОУ ВО «ЧГИФК», 2019. – 10 с.

Методические указания определяют содержание работы, требования по оформлению и порядка защиты работы, список рекомендуемых литературных источников.

Методические указания адресованы бакалаврам заочной и очной формы обучения направления подготовки 49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм, профиль «Менеджмент рекреации и туризма».

Рецензент: к.п.н., доцент Шорохова Л.Б.

© Сапогова С.В., 2019

©Чайковский государственный институт физической культуры, 2019

Содержание

Введение	4
1 Содержание контрольной работы	5
2 Порядок предоставления и защиты контрольной работы	10
3 Критерии оценки самостоятельной работы	10
Литература	11

ВВЕДЕНИЕ

Контрольная работа одна из форм проверки и оценки усвоенных знаний, получения информации о характере познавательной деятельности, уровне самостоятельности и активности студентов в учебном процессе.

Контрольная работа студента направлена:

- на закрепление, углубление и обобщение знаний по дисциплине;
- формирование навыков самостоятельной работы с различными видами источников по заданной проблеме (теме);
- формирование навыков подбора, обработки и систематизации материала (информации) по заданной тематике;
- формирование навыков обобщения, формулирования выводов и оформления их в различной форме (текст, таблицы, графики, схемы);
- формирование навыков организации физкультурно-спортивных услуг.

Контрольная работа по дисциплине «Ивент-менеджмент» выполняется студентом в течение семестра самостоятельно на основе изучения и анализа лекций, учебной и научной литературы, законодательства РФ и материалов, характеризующих сферу физической культуры, спорта и туризма, деятельность спортивных организаций.

Контрольная работа является формой текущего контроля и оценки знаний и навыков студента. Данный вид контроля позволяет объективно оценить уровень подготовленности и самостоятельности студента по изучаемой дисциплине, поэтому выполнение контрольной работы является обязательным условием для допуска к зачету.

1 Содержание контрольной работы

Контрольная работа состоит из контрольного теста и практического задания.

Контрольный тест по дисциплине «Менеджмент рекреационно-оздоровительной деятельности:»

1. В каком нормативном документе приведен полный перечень существенных условий договора на туристское обслуживание?

1. в Гражданском кодексе РФ;
2. в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
3. в Законе РФ «О защите прав потребителей».

2. Какое из ниже перечисленных положений не соответствует принципам государственного регулирования туристской деятельности?

1. содействие туристской деятельности
3. постепенный переход на полное государственное обеспечение туризма
4. создание благоприятных условий для развития туристской деятельности
3. определение приоритетных направлений туристской деятельности
4. формирование представления о РФ как стране, благоприятной для туризма
5. поддержка и защита российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

3. В современных условиях хозяйствования турорганизации:

1. освобождаются от государственного контроля
2. несут полную ответственность за все виды своей деятельности
3. не отвечают по обязательствам государства и других органов
4. управляют экономикой страны

4. Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом, называется:

1. исполнением туристского заказа
2. туроператорской деятельностью
3. турагентской деятельностью
4. деятельностью турфирм
5. торговлей турами
6. продвижением турпродукта

5. Деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с договором, называется:

1. заключение договора купли – продажи
2. распродажа туристских путевок
3. реализация туристского продукта
4. торговля турами
5. продвижением туристского продукта
6. реализацией заказа на осуществление тура

6. Документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания, называется:

1. туристским ваучером
2. памяткой туриста
3. квитанцией об оплате услуг
4. туристским маршрутом
5. туристское требование

7. К сопутствующему туристскому продукту относятся:

1. оформление визы
2. оформление договора на тур. обслуживание
3. прокат автомобиля в стране пребывания
4. предоставление индивидуальных сейфов.

8. Туристский рынок можно рассматривать в качестве:

1. совокупности покупателей и продавцов туристского продукта
2. инструмента согласования интересов покупателей и продавцов турпродукта
3. совокупности материальных и нематериальных ресурсов предприятия
4. совокупности нематериальных ресурсов предприятия

9. Емкость туристского рынка - это...

1. его способность "поглотить" то или иное количество туристского продукта
2. возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения при существующих ценах и предложении
3. его способность произвести то или иное количество туристского продукта

10. Предложение на туристском рынке - это...

1. вся масса предназначенных для продажи туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения
2. вся масса произведенных услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения

11. Конъюнктура рынка - это:

1. организация процесса продвижения турпродукта до потребителя
2. соотношение спроса и предложения
3. сфера реализации турпродукта
4. экономическая эффективность

12. Туристский рынок можно рассматривать в качестве:

1. совокупности покупателей и продавцов туристского продукта
2. инструмента согласования интересов покупателей и продавцов турпродукта
3. совокупности материальных и нематериальных ресурсов предприятия
4. совокупности нематериальных ресурсов предприятия

13. Система показателей развития туризма для регионов включает:

1. среднюю величину туристских расходов в месяц
2. среднюю величину туристских расходов в сутки
3. среднюю величину туристских расходов в год

14. Основное отличие «отдыха» от «рекреации»

1. рекреация – часть досугового времени, направленная на восстановление сил человека на специализированных территориях
2. рекреация- это любая человеческая деятельность, которая является разновидностью досуговой деятельности
3. рекреация- совокупность однотипных действий, имеющих определенную функциональную нагрузку
4. рекреация- совокупность однотипных действий, имеющих определенную функциональную нагрузку
5. рекреация- это предметы разнообразной деятельности людей, которые удовлетворяют какие-либо материальные или духовные потребности людей различных социальных групп в сфере досуга

15. Туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий называется:

1. деятельностью турфирм
2. досуговой деятельностью
3. организацией путешествий
4. организацией отдыха
5. туристической деятельностью
6. предпринимательством.

16. Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов – переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия, называются:

1. туристским сервисом;
2. сферой обслуживания;
3. социально – культурным комплексом;
4. туристским продуктом;
5. гостинично – туристским предприятием;

17. Документ, подтверждающий факт передачи туристского продукта, называется:

1. квитанцией;
2. чеком
3. справкой
4. ваучером
5. туристской путевкой
6. туром.

18. Документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания, называется:

1. туристским ваучером
2. памяткой туриста
3. квитанцией об оплате услуг
4. туристским маршрутом
5. туристское требование.

19. Система взаимоотношений по поводу производства и продажа туристских товаров и услуг – это:

1. инфраструктура туристских услуг
2. инфраструктура туризма
3. гостиничный рынок
4. туристский рынок
5. рынок рекреационных услуг

20. Укажите схему, которая чаще всего встречается на туристском рынке РФ:

1. туроператор- турагент - турист
2. туроператор-турагент - турист
3. турагент - турист
4. транспортная компания - туроператор - турагент - турист
5. транспортная компания - туроператор – турист

21. Туристская фирма являющаяся посредником и работающая за комиссионные называется :

1. туроператором
2. турагентом
3. брокером
4. дилером
5. коммивояжером

22. К факторам , определяющим спрос на туристские услуги относятся:

1. мотивации
2. покупательская способность
3. социальные и культурные факторы
4. демографическая ситуация; социальные и культурные факторы мотивации цены, покупательская способность населения
5. платежеспособность населения

23. Тенденция, не характерная для российского рынка туроператоров:

1. активное внедрение авиакомпаний на рынок туризма в качестве туроператоров

2. падение темпов роста спроса на туруслуги в сегменте въездного туризма , стагнации спроса на шоппинг
3. специализируются только на определенном сегменте туристского рынка
4. заключение договоров туроператорами об аренде чартерных рейсов
5. усиление конкурентной борьбы на рынке организованного туризма в основном в секторе малого бизнеса

24. Функции, которые не относятся к туроператору:

1. проведение тура
2. выпуск путевок
3. выпуск туров
4. подготовка кадров на маршрут
5. обеспечение виз

26. Инфраструктура туристских услуг включает в себя:

1. транспорт , гостиницы, рестораны, коммуникации
2. туроператоры и турагенты
3. гостиницы туристские фирмы
4. транспорт , гостиницы, рестораны, коммуникации, развлекательные и тематические парки, турфирмы
5. транспорт, гостиницы, туристские фирмы, рестораны, коммуникации

27. Вид туризма, улучшающий платежный баланс страны:

1. пассивный туризм
2. внутренний туризм
3. рекреационный
4. выездной туризм
5. активный туризм

28. Туризм характеризуется:

1. высоким уровнем эффективности
2. медленной окупаемостью инвестиций
3. низким уровнем эффективности
4. быстрой окупаемостью инвестиций

29. Обобщающие показатели эффективности деятельности турфирм

1. уровень удовлетворения потребностей рынка
2. предоставление услуг на единицу затрат ресурсов
3. чистая прибыль
4. прибыль на единицу общих затрат
5. себестоимость
6. затраты на единицу услуг
7. рентабельность туристического продукта или оказания услуг

30. Рентабельность туристского продукта определяется:

1. цена туристского продукта - себестоимость туристского продукта
2. цена туристского продукта / себестоимость туристского продукта
3. цена туристского продукта – себестоимость туристского продукта/ цена туристского продукта

31. Рентабельность услуг турфирмы определяется:

1. как соотношение суммы прибыли до налогообложения к полной себестоимости реализованных туров
2. как соотношение суммы чистой прибыли к полной себестоимости реализованных туров
3. как соотношение суммы выручки к полной себестоимости реализованных туров

32. Производительность труда в натуральном выражении показывает:

1. сколько туров обслуживает один среднесписочный работник туристской индустрии (туристской фирмы)

2. сколько туристов обслуживает один среднесписочный работник туристской индустрии (туристской фирмы)

Практическая работа

Вы хотите создать тур.фирму, дайте ей название .

Для ее создания необходимо выполнить ряд организационно-управленческих мероприятий:

1. Определить сферу деятельности и место на туристическом рынке
2. Установить миссию организации
3. Исходя из миссии, определить цели и задачи организации
4. Определить организационно-правовую форму (обосновать свой выбор)
5. Определить систему налогообложения для выбранной организационно-правовой формы (раскрыть ее содержание)
6. Определить необходимую численность персонала
7. Исходя из численности - выбрать тип организационной структуры и установить характер соподчиненности между работниками организации
8. Выполнить расчет затрат на оплату труда аппарата управления и работников организации

Таблица 1– Расчет затрат на оплату труда аппарата управления работников

Должность	Количество, чел.	Должностной оклад, руб.	Фонд зар.платы за месяц, тыс.руб.	ЕСН (30% от ФЗП), тыс.руб.	Затраты на оплату труда, тыс.руб.
1.					
2.					
3 и далее					
Итого					

9. Выбрать стиль управления ((обосновать свой выбор)
10. Определить методы мотивации персонала
11. Разработать Устав организации

Результаты работы отразить в презентации и защитить выполненную работу.

2 Порядок предоставления и защиты контрольной работы

Готовую работу для проверки студент представляет преподавателю дисциплины в электронном виде и размещена в электронной информационно-образовательной среде ЧГАФК.

Если работа выполнена правильно и соответствует предъявляемым требованиям, она считается зачтенной.

Студент, не представивший в установленный срок контрольную работу или не защитивший ее, к зачету по дисциплине не допускается.

3 Критерии оценки контрольной работы

Подготовленная и оформленная в соответствии с требованиями контрольная работа оценивается преподавателем по следующим критериям:

Оценка		Критерии оценки
зачтено	«отлично»	В контрольном тесте нет ошибок, правильно определены основные категории. В практической части все организационно-управленческие мероприятия разработаны и обоснованы, сделаны обобщающие выводы. Работа сдана в установленный срок
	«хорошо»	В контрольном тесте не более 5 неверных ответов. В практической части все организационно-управленческие мероприятия разработаны, но недостаточно обоснованы, сделаны обобщающие выводы. Работа сдана в установленный срок
	«удовлетворительно»	В контрольном тесте более 5 неверных ответов. В практической части все мероприятия разработаны, но необоснованы и выводы сделаны не в полном объеме или неверно. Работа сдана в установленный срок
Не зачтено	«неудовлетворительно»	Большая часть требований не выполнена

При неудовлетворительной оценке работа возвращается на доработку (с указанием замечаний и рекомендаций) с последующим представлением на повторную проверку с приложением замечаний, сделанных преподавателем.

Студент, не подготовивший контрольную работу, считается не выполнившим учебный план и не может быть допущен к зачету.

Литература

1. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации: монография. - М.: Финансы и статистика, 2014 – ЭБС «IPRbooks»
2. Велединский В.Г. Спортивно-оздоровительный сервис : учебник. – М.: КНОРУС, 2014.
3. Чудновский А.Д. и др. Управление индустрией туризма: учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2015
4. Удалова И.Б. Менеджмент в индустрии туризма: учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2020 - ЭБС «IPRbooks»
5. Виноградова Т.В. и др. Технология продаж услуг туристской индустрии: учебник – М.: Академия, 2010.