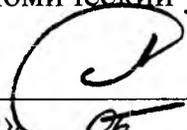


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


_____ А.В. Егоров
«30» 06 2025
Регистрационный № УД-6534-25/уч.

**ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ**

Учебная программа учреждения образования
ые условия договоров с ними.пециальности
6-05-0311-02 «Экономика и управление»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-05-0311-02-2023 и учебного плана по специальности 6-05-0311-02 «Экономика и управление», профилизация «Экономика и управление туристическим бизнесом».

СОСТАВИТЕЛИ:

И.В. Уриш, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

С.В. Стасюкевич, ассистент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет».

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Ли Чон Ку, доцент кафедры менеджмента туризма и гостеприимства учреждения образования «Белорусский государственный университет физической культуры», кандидат экономических наук, доцент;

А.И. Матвиенко, заведующий кафедрой экономики и управления туристической индустрией учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 8 от 13.03.2025);

Методической комиссией по специальностям «Экономика и управление туристской индустрией», «Экономика и управление» с профилизациями «Экономика и управление туристическим бизнесом», «Экономика и управление гостиничным бизнесом», «Экономика и управление на рынке недвижимости», «Экономика» с профилизациями «Экономика и управление туристическими комплексами и территориями», «Экономика и управление на рынке недвижимости» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 26.05.2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 15.06.2025).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Внешнеэкономическая деятельность в туристической индустрии» направлена на подготовку специалистов, способных анализировать деятельность зарубежных партнеров с целью осуществления с ними дальнейшего сотрудничества, заключать договоры с контрагентами, организовывать участие в выставочных мероприятиях, оценивать эффективность деятельности национальных субъектов хозяйствования в сфере туризма.

В условиях возрастающей конкуренции эффективность деятельности туристических организаций определяется разработкой и применением действенной политики в области внешнеэкономической деятельности, что предполагает использования современной методологии и актуального инструментария.

Цель преподавания учебной дисциплины «Внешнеэкономическая деятельность в туристической индустрии» – формирование у студентов профессиональных знаний в области внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

- обеспечить теоретическую подготовку будущих специалистов и сформировать у них представление об основных показателях, характеризующих внешнюю торговлю туристическими услугами (экспорт, импорт, баланс, сальдо);
- ознакомить с техникой подготовки внешнеторговой сделки;
- привить практические навыки заключения внешнеторговой сделки (контракта);
- выработать умения установления связей с потенциальными партнерами-поставщиками основных услуг (с гостиницами, предприятиями питания, транспорта).

В результате изучения учебной дисциплины «Внешнеэкономическая деятельность в туристической индустрии» формируются следующая специализированная компетенция:

- применять экономические методы во внешнеэкономической деятельности туристического предприятия, при внешних бизнес-коммуникациях.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- организационно-правовые аспекты внешнеэкономической деятельности;
- основные направления деятельности национальных и международных организаций в сфере осуществления внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии;

уметь:

- находить необходимую информацию в области экспортно-импортного взаимодействия между субъектами туристической деятельности в отдельных странах мира и в Республике Беларусь;
- анализировать опыт зарубежных партнеров с целью его дальнейшего

применения в Республике Беларусь для развития экспорта туристических услуг;

иметь навык:

- составления оферты, акцепта и договоров с поставщиками туристических услуг;
- владения техникой участия в международных выставках для продвижения туристического продукта и позиционирования туристического потенциала Республики Беларусь на мировом рынке.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Учебная дисциплина «Внешнеэкономическая деятельность в туристической индустрии» относится к модулю «Финансы и организация бизнеса» компонента учреждения образования.

Содержание учебной дисциплины «Внешнеэкономическая деятельность в туристической индустрии» опирается на изучение студентами учебных дисциплин «Маркетинг в туристической индустрии», «Организация туризма и туроперейтинг». Учебная дисциплина «Внешнеэкономическая деятельность в туристической индустрии» необходима для изучения учебных дисциплин «Реклама и связи с общественностью в туристической индустрии», «Технологии продаж в туристической индустрии».

Формы получения образования: дневная, заочная (на базе ССО).

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины отводится:

- для дневной формы получения образования: общее количество учебных часов – 130, аудиторных – 68 часов, из них лекции – 36 часов, практические занятия – 20 часов; семинарские занятия – 12 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

- 7 семестр – лекции – 36 часов, практические занятия – 20 часов, семинарские занятия – 12 часов.

Самостоятельная работа студента – 62 часа.

- для заочной формы получения образования (на базе ССО): общее количество учебных часов – 130, аудиторных – 12 часов, из них лекции – 6 часов, практические занятия – 4 часа, семинарские занятия – 2 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

- 5 сессия – лекции – 2 часа.
- 6 сессия – лекции – 4 часа, практические занятия – 4 часа, семинарские занятия – 2 часа.

Самостоятельная работа студента – 118 часов.

Трудоемкость – 4 з.е.

Форма промежуточной аттестации - экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Отраслевые аспекты внешнеэкономической деятельности

Понятие внешнеэкономической деятельности (ВЭД). Влияние ВЭД на бюджетную, производственную и социальную сферу страны.

Субъекты и объекты ВЭД в туристической индустрии.

Импорт туристических услуг. Экспорт туристических услуг. Сальдо туристических услуг.

Объемы внешней торговли туристическими услугами Республики Беларусь. Динамика туристического баланса Беларуси, объемов экспорта и импорта.

Предпосылки интеграции Республики Беларусь в международный рынок туристических услуг.

Тема 2. Регулирование внешнеэкономической деятельности туристической индустрии на национальном и международном уровне

Сущность, роль и принципы регулирования внешнеэкономической деятельности.

Высшие органы управления внешнеэкономической деятельностью в Республике Беларусь, их функции и полномочия.

Структура и основные функции государственных органов, осуществляющих руководство и координацию туристической индустрии в Республике Беларусь.

Государственный таможенный комитет, его место и роль в системе осуществления мер государственного регулирования в сфере ВЭД.

Роль и функции Министерство спорта и туризма Республики Беларусь.

Национальное агентство по туризму Республики Беларусь, его статус и функции.

Международные организации, регламентирующие туристическую деятельность. Всемирная туристская организация ВТО (World Tourism Organization UNWTO).

Тема 3. Организационные формы посреднических операций при осуществлении внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии

Понятие внешнеторгового посредничества. Целесообразность использования посредников и виды предоставляемых ими услуг.

Критерии выбора посредников при осуществлении внешнеторговой деятельности.

Виды посреднических операций и основные условия договоров с ними.

Доверитель и поверенный. Содержание и особенности договоров поручения.

Агентские операции. Агент и принципал. Условия агентских договоров (оговорка делькредере и др.).

Комиссионные операции. Комитент и комиссионер. Содержание и особенности договоров комиссии.

Права и обязанности посредников.

Способы вознаграждения посредников. Разница между ценами покупки и реализации. Согласованный процент от объема продаж. Фиксированная сумма.

Тема 4. Организация экспортно-импортного взаимодействия в туристической индустрии

Порядок (процедура и техника) подготовки внешнеторговой сделки. Изучение конъюнктуры внешнего рынка.

Выбор контрагентов на мировом рынке. Источники информации о потенциальных контрагентах.

Установление связей с потенциальными партнерами - поставщиками основных услуг (с гостиницами, предприятиями питания, транспорта). Оферты. Акцепты.

Заключение внешнеторговой сделки (контракта).

Содержание отдельных разделов. Вводная часть. Определение сторон. Предмет контракта. Права и обязанности поставщика услуг. Права и обязанности туроператора. Ответственность сторон. Форс-мажорные обстоятельства. Юридические адреса и реквизиты партнеров.

Тема 5. Международные выставки как инструмент развития туристической индустрии

Сущность, виды и характеристика выставок. Национальные выставки. Международные выставки.

Организаторы зарубежных и белорусских экспозиций в Республике Беларусь: Белорусская торгово-промышленная палата (БелТПП); Национальный выставочный центр (НВЦ «Белэкспо»).

Международные правила участия в выставках. Критерии выбора выставочных мероприятий. Источники информации о международных выставках.

Планирование и подготовка к участию в выставке.

Участие туристической организации в выставочном мероприятии.

Основные этапы взаимодействия экспонента и посетителя выставки.

Организационные мероприятия. Оформление договоров на участие в выставочных мероприятиях и на аренду выставочной площади. Планирование рекламных мероприятий и работы с прессой. Подготовка выставочного стенда. Принципы организации работы стенда. Организация учета контактов.

Оценка экономической эффективности участия туристической организации в выставке. Затраты по организации участия в выставке. Чистая прибыль от реализации договоров и контрактов, заключенных в период участия в выставке (ярмарке). Показатель эффективности участия в выставке.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ»**

Дневная форма получения высшего образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельно й работы				
						лекции	практические занятия	семинарские занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7 семестр										
Тема 1	Отраслевые аспекты внешнеэкономической деятельности	6							[1], [2], [3], [4], [6], [14], [15]	Экспресс-опрос
	Отраслевые аспекты внешнеэкономической деятельности			2					[1], [2], [3], [4], [6], [14], [15]	Дискуссия
	Отраслевые аспекты внешнеэкономической деятельности		4						[1], [2], [3], [4], [6], [14], [15]	Опрос, выполнение задания
	Регулирование внешнеэкономической деятельности туристической индустрии на национальном и международном уровне	6							[10], [14], [15], [16], [17]	Экспресс-опрос
Тема 2	Регулирование внешнеэкономической деятельности туристической индустрии на национальном и международном уровне			2					[10], [14], [15], [16], [17]	Дискуссия
	Регулирование внешнеэкономической деятельности туристической индустрии на национальном и международном уровне		4						[10], [14], [15], [16], [17]	Опрос, выполнение задания Контрольная работа № 1

Тема 3	Организационные формы посреднических операций при осуществлении внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии	8							[2], [4], [5], [6],[7], [8]	Экспресс-опрос
	Организационные формы посреднических операций при осуществлении внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии			4					[2], [4], [5], [6],[7], [8]	Опрос Дискуссия
	Организационные формы посреднических операций при осуществлении внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии		4						[2], [4], [5], [6],[7], [8]	Опрос, выполнение задания
Тема 4	Организация экспортно-импортного взаимодействия в туристической индустрии	8							[3], [10], [12], [13], [15]	Экспресс-опрос
	Организация экспортно-импортного взаимодействия в туристической индустрии			2					[3], [10], [12], [13], [15]	Дискуссия
	Организация экспортно-импортного взаимодействия в туристической индустрии		4						[3], [10], [12], [13], [15]	Выполнение задания Контрольная работа №2
Тема 5	Международные выставки как инструмент развития туристической индустрии	8							[1-3], [10]	Экспресс-опрос
	Международные выставки как инструмент развития туристической индустрии			2					[1-3], [10]	Дискуссия
	Международные выставки как инструмент развития туристической индустрии		4						[1-3], [10]	Опрос, выполнение задания Контрольная работа №3
	Итого 7 семестр	36	20	12						Экзамен
	Всего часов	36	20	12						

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ»**

Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
5 сессия							
Тема 1	Отраслевые аспекты внешнеэкономической деятельности	2				[1], [2], [3], [4], [6], [14], [15]	Экспресс-опрос
	Итого 5 сессия	2					
6 сессия							
Тема 3	Организационные формы посреднических операций при осуществлении внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии	2					Экспресс-опрос
	Организационные формы посреднических операций при осуществлении внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии			2		[2], [4], [5], [6], [7], [8]	Дискуссия
Тема 4	Организация экспортно-импортного взаимодействия в туристической индустрии		2			[3], [10], [12], [13], [15]	Опрос, выполнение задания
Тема 5	Международные выставки как инструмент развития туристической индустрии	2				[1-3], [10]	Экспресс-опрос
	Международные выставки как инструмент развития туристической индустрии		2				Опрос, выполнение задания
	Итого 6 сессия	4	4	2			Экзамен
	Всего часов	6	4	2			

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Внешнеторговая деятельность : инфраструктурное обеспечение цифровизации экономики : учебное пособие / О. П. Кузнецова, С. Н. Кошкина, Е. Н. Гусарская, А. Н. Силаенков ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020. – 128 с. – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный // Университетская библиотека online. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=683238> (дата обращения: 17.03.2025).

2. Юрова, Н. В. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Мировая экономика» / Н. В. Юрова; Белорусский гос. ун-т. – Минск: БГУ, 2020. – 129 с.

3. Сушко, В. И. Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / В. И. Сушко. - Минск: Вышэйшая школа, 2022. - 495, [1] с.: ил.

4. Гайдукевич, Л. М. Международное сотрудничество по обеспечению безопасности в туризме : учебно-методическое пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Международные отношения" / Л. М. Гайдукевич. – Минск : Четыре четверти, 2022. – 102 с.

Дополнительная:

5. Шаврук, Ю. Событийный туризм Республики Беларусь как фактор интеграции в международный рынок туристических услуг / Юлия Шаврук, Ирина Уриш // Организационно-правовые аспекты инновационного развития агробизнеса: международный сб. науч. труд. / Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, Западнопоморский технологический университет в Щецине; ред. кол.: А.С. Чечеткин (гл. ред.) и [др.]. — Горки-Щецин, 2020. — С. 131-136.

6. Шаврук, Ю.А. The opportunities for the resource potential activation of the Republic of Belarus for the inbound tourism development / Ю.А. Шаврук, И.В. Уриш, О.В. Ежель // Научные труды Белорусского государственного экономического университета. — Минск: БГЭУ, 2021. — Вып.14. — С.489-494.

7. Shavruk, Yu. Strategic alliances in tourism / Yu. Shavruk, I. Urish // Oikonomos: Journal of Social Market Economy. — 2019. — № 2 (14). — С. 41-49.

8. Дурович, А. П. Организация туризма: учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск : РИПО, 2020. – 297 с. – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный // Университетская библиотека online. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599728> (дата обращения: 17.03.2025).

9. Булко, О. С. Сфера услуг в современной экономике : теория и мировой опыт / О. С. Булко, Ю. П. Якубук, Е. А. Милашевич ; науч. ред. О. С. Булко, Е. А. Милашевич ; Национальная академия наук Беларуси. – Минск : Беларуская навука, 2022. – 238 с. – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный // Университетская библиотека online. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701389> (дата обращения: 17.03.2025).

Электронные ресурсы:

10. Уриш И.В. Внешнеэкономическая деятельность в туристической индустрии: электронный учебно-методический комплекс для студентов по специальности «Экономика и управление» / И.В. Уриш, С.В. Стасюкевич // Электронная библиотека БГЭУ. – URL: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/98860> (дата обращения: 25.03.2025).

11. Семёнов, С. Большие продажи без компромиссов и оправданий: Система эффективных продаж по телефону и на встречах: Научно-популярное / Семёнов С. - М.:Альпина Паблишер, 2018. - 278 с. - Текст : электронный // Электронно-библиотечная система Znanium. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002006> (дата обращения: 11.11.2024). – Режим доступа: по подписке.

12. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – 3-е изд., стер. – М. : Дашков и К°, 2022. – 323 с. – Режим доступа: по подписке. – Текст: электронный // Университетская библиотека online. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684408> (дата обращения: 25.03.2025).

13. Олюнина, И. В. Виды туристической деятельности в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : пособие для студентов учреждений высшего образования, обучающихся по направлению специальности 1-23 01 12-04 «Музейное дело и охрана историко-культурного наследия (культурное наследие и туризм)» / И. В. Олюнина // Электронная библиотека БГУ. – Электронные текстовые данные и программа (4,33 Мбайт). – Минск: БГУ, 2021. – 1 электронный оптический диск (CD-ROM): цв.; 12 см.

Нормативные правовые акты:

14. Гражданский кодекс Республики Беларусь : Кодекс Республики Беларусь от 07.12.1998 г. N 218-3 : ред. от 17.02.2025 // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 17.03.2025)

15. О государственном регулировании внешнеторговой деятельности : Закон Республики Беларусь от 25.11.2004 г. N 347-3 : ред. от 12.07.2023 // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 17.03.2025)

16. О торгово-промышленной палате : Закон Республики Беларусь от 16.06.2003 г. N 208-3 : ред. от 01.04.2024 : с изм. и доп., вступившими в силу с 19.11.2024 // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 17.03.2025)

17. О туризме : Закон Республики Беларусь от 11.11.2021 г. N 129-3 // iLex : информ. правовая система (дата обращения: 17.03.2025).

Перечень вопросов для экзамена

- 1 Сущность, роль и значение внешнеэкономической деятельности (ВЭД) для экономики страны.
- 2 Сущность, факторы развития и виды международного туризма.
- 3 Сущность, виды и характеристика организаторов международного туризма.
- 4 Основные показатели, учитываемые при анализе рынка международного туризма.
- 5 Этапы осуществления внешнеэкономической деятельности туристической организации.
- 6 Основные показатели внешнеэкономической деятельности в сфере оказания туристических услуг: экспорт, импорт, сальдо (баланс).
- 7 Внешняя торговля туристическими услугами Республики Беларусь: динамика, направления развития.
- 8 Сущность, роль и принципы регулирования внешнеэкономической деятельности.
- 9 Регулирование внешнеэкономической деятельности туристической индустрии на международном уровне. Всемирная туристская организация (ВТО): цель, структура, функции.
- 10 Регулирование внешнеэкономической деятельности туристической индустрии на международном уровне. Объединенная федерация ассоциаций туристических агентств (UFTAA): цель, структура, функции.
- 11 Регулирование внешнеэкономической деятельности туристической индустрии на международном уровне. Международная ассоциация гостиниц и ресторанов (IH&RA): цель, структура, функции.
- 12 Регулирование внешнеэкономической деятельности туристической индустрии на международном уровне. Международная ассоциация воздушного транспорта ((International Air Transport Association - IATA): цель, структура, функции.
- 13 Регулирование внешнеэкономической деятельности туристической индустрии на международном уровне: Международная организация гражданской авиации (ИКАО).
- 14 Регулирования внешнеэкономической деятельностью туристической индустрии на национальном уровне: функции Совета Министров Республики Беларусь в сфере туризма.
- 15 Роль и функции Министерство спорта и туризма Республики Беларусь в сфере регулирования внешнеэкономической деятельности субъектов туристической индустрии.
- 16 Регулирования внешнеэкономической деятельностью туристической индустрии на национальном уровне: функции Местных Советов депутатов в сфере туризма.
- 17 Регулирования внешнеэкономической деятельностью туристической индустрии на национальном уровне: функции Местных исполнительных и

распорядительных органов в сфере туризма.

18 Приоритетные направления государственного регулирования внешнеэкономической туристической деятельности в Республике Беларусь.

19 Государственное учреждение «Национальное агентство по туризму Республики Беларусь»: статус и функции в сфере регулирования внешнеэкономической деятельности субъектов туристической индустрии.

20 Республиканский союз туристической индустрии как субъект внешнеэкономической деятельности туристической индустрии Республики Беларусь.

21 Республиканская Ассоциация Туристических Агентств (РАТА) как субъект внешнеэкономической деятельности туристической индустрии Республики Беларусь.

22 Турагентская деятельность: понятие, функции, выполняемые турагентами как субъектами внешнеэкономической деятельности туристической индустрии.

23 Договор комиссии при осуществлении посреднических операций между субъектами внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии.

24 Договор субкомиссии при осуществлении посреднических операций между субъектами внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии.

25 Договор поручения при осуществлении посреднических операций между субъектами внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии.

26 Агентский договор (агентское соглашение) при осуществлении посреднических операций между субъектами внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии.

27 Экспорт туристических услуг Республики Беларусь: динамика, направления развития.

28 Предпосылки интеграции Республики Беларусь в международный рынок туристических услуг.

29 Внешнеторговый договор при осуществлении внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии: понятие, виды, характеристика.

30 Критерии выбора контрагента при осуществлении экспортно-импортных операций в туризме.

31 Основные поставщики услуг при осуществлении экспортно-импортных операций в туризме и предъявляемые к ним требования.

32 Международная выставка как инструмент развития туристической индустрии: понятие и целесообразность участия.

33 Цели и задачи Республиканского унитарного предприятия «Национальный выставочный центр «БелЭкспо» при организации международной выставки туристских услуг.

34 Планирование и подготовка к участию туристической организации в выставочном мероприятии.

35 Проведение выставочного мероприятия туристической организацией при участии в международной выставке.

36 Оценка экономической эффективности участия туристической организации в выставке.

Перечень вопросов для проведения опроса

Тема 1. Отраслевые аспекты внешнеэкономической деятельности

- 1 Сущность, роль и значение внешнеэкономической деятельности (ВЭД) для экономики страны.
- 2 Субъекты и объекты ВЭД в туристической индустрии.
- 3 Основные показатели ВЭД в сфере оказания туристических услуг: экспорт, импорт, сальдо (баланс).
- 4 Динамика внешней торговли туристическими услугами Республики Беларусь.

Тема 2. Регулирование внешнеэкономической деятельности туристической индустрии на национальном и международном уровне

- 1 Сущность, роль и принципы регулирования внешнеэкономической деятельности
- 2 Структура и основные функции государственных органов, осуществляющих руководство и координацию туристической индустрии в Республике Беларусь
- 3 Международные организации, регламентирующие туристическую деятельность.

Тема 3. Организационные формы посреднических операций при осуществлении внешнеэкономической деятельности в туристической индустрии

- 1 Внешнеторговое посредничество в туристической индустрии: понятие, целесообразность использования и критерии выбора посредников.
- 2 Виды посреднических операций и основные условия договоров с ними.

Тема 4. Организация экспортно-импортного взаимодействия в туристической индустрии

- 1 Изучение конъюнктуры внешнего рынка туристических услуг.
- 2 Выбор контрагентов и установление связей с потенциальными партнерами - поставщиками основных услуг.
- 3 Заключение внешнеторговой сделки (контракта): содержание и характеристика отдельных разделов

Тема 5. Международные выставки как инструмент развития туристической индустрии

- 1 Сущность, виды и характеристика выставок
- 2 Планирование, подготовка и участие туристической организации в выставочном мероприятии.
- 3 Оценка экономической эффективности участия туристической организации в выставке.

Примерные индивидуальные задания

Задание

Формирование современного конкурентоспособного туристического продукта для внутреннего и /или внешнего рынка.

Студенту следует разработать туристический продукт для въездного или выездного туризма. Туристическое направление для разработки продукта студент выбирает самостоятельно.

Конкурентоспособность туристского продукта формируется через раскрытие потенциала туристских ресурсов и определяется качеством и доступностью транспортной инфраструктуры, качеством обеспечивающей инфраструктуры, состоянием и стоимостью использования туристской инфраструктуры, качеством обслуживания и стоимостью сервиса, а также узнаваемостью и привлекательностью бренда страны и отдельных туристских направлений.

Конкурентоспособный туристский продукт (международного, национального, регионального и местного уровней) создается с целью максимизации положительного опыта туриста.

План выполнения задания

1 Оценка туристического потенциала изучаемого региона

1.1 Оценка страны, региона для выявления наиболее сильных факторов, которые и сделают туристический продукт конкурентоспособным.

Оценка туристического потенциала изучаемого региона позволит выделить, исходя из наличия объектов показа, инфраструктуры, в том числе транспортной, те виды туризма, развитие которых не потребует дополнительных вложений.

1.2 Оценка привлекательности выбранного направления для туристов.

Выявить целевую аудиторию (ЦА) туристского продукта, т.е. потребителей, которым будет интересен данный туристический продукт.

Например, предварительно провести сегментацию целевой аудитории по модели 5W.

Вся целевая аудитория (покупателей) приблизительно делится на пять групп. Описывается каждый из сегментов по 5 вопросам, выбранной модели (5W).

Название метода происходит от пяти английских вопросов:

1. Что? (What?) - какие товары, услуги предлагаются рынку.
2. Кто? (Who?) - кому организация их предлагает, кто будет приобретать каждый из продуктов.
3. Почему? (Why?) - почему будут покупать туристические продукты, какие проблемы покупатели смогут решить с помощью данных продуктов, какие существуют мотивы покупки.
4. Когда? (When?) - когда покупатели захотят покупать тур. продукт, в какой ситуации.
5. Где? (Where?) - где покупатели будут принимать решение о покупке и осуществлять её, где будет происходить контакт с покупателем и

влияние на его решение.

Описание профиля сегментов представить в таблице 1.

Таблица 1 — Профиль сегментов по Модели 5W

Вопрос	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3	Сегмент 4	Сегмент 5
Что?					
Кто?					
Почему?					
Когда?					
Где?					

Примечание – Источник: собственная разработка.

1.3 Анализ деятельности конкурентов.

2 Оценка туристического направления

Оценка и выбор средств передвижения, проживания и питания.

Описание наличия в стране, регионе специализированных организаций, их способность оказывать качественные услуги, на основании которых можно формировать туристский продукт.

Сравнительный анализ средств размещения (не менее 4-х) по потребительским и экономическим параметрам.

3 Разработка перспективного туристического продукта

(описание состава туристического продукта, программы тура и т.п.)

Оценка его конкурентоспособности.

4 Разработка плана продвижение туристического продукта на рынке Республики Беларусь и/или внешнем рынке

Разработать стратегию рекламной компании: придумать идею, которая будет связывать рекламные мероприятия между собой и кратко опишите ее.

Обосновать выбор средств рекламы (подберите наиболее эффективные средства рекламы для выбранных потребительских сегментов). Заполнить таблицу 2.

Таблица 2 — Обоснование выбора средств продвижения

Сегменты	Средства онлайн-рекламы	Средства офлайн-рекламы	Период проведения	Причины выбора средств продвижения
Сегмент 1				
Сегмент 1				
Сегмент 2				
Сегмент 2				

Примечание – Источник: собственная разработка.

Составьте итоговый план рекламной компании. В плане предусмотрите все мероприятия, сроки их проведения, инструменты, рекламные материалы и

бюджет. План рекламной компании представить в виде таблицы 3.

Таблица 3 – План рекламной компании тура _____

Мероприятие	Размещение	Период проведения	Прогноз объема	Цена /расценка, р.	Расчет расходов	Бюджет расходов, р.
1	2	3	4	5	6	7
Итого						

Примечание – Источник: собственная разработка.

При необходимости таблицу можно дополнить, в зависимости от выбранных студентом средств рекламы.

В целях стимулирования продаж туристического продукта запланировать участие в международных выставках.

5 Калькуляция расходов

Расходы на 1-2 туристов

Прямые расходы включают в себя:

- транспортные расходы;
- расходы на размещение;
- расходы на питание;
- экскурсионное обслуживание;
- медицинское обслуживание и пр.

Так же в расчет тура включить удельные расходы на мероприятия по продвижению тура (по расчетам студента), косвенные расходы туроператора 5% от стоимости тура, и т.п.

Норматив рентабельности принять на уровне 20 %.

Удельные расходы на мероприятия по продвижению тура = расходы на продвижение / количество привлеченных покупателей, купивших тур.

Калькуляцию расходов представить в виде таблицы 4.

Таблица 4 – Калькуляция расходов

Статьи расходов	Стоимость, руб.	
	(Расчет на 1 человека)	на 1 человека
Прямые расходы		
Транспортное обслуживание		
Проживание (включая питание)		
Экскурсионное обслуживание		
Дополнительные расходы		

Итого прямые расходы х затрат		
Косвенные расходы		
Полная себестоимость тура		
Прибыль		
НДС		
Цена реализации тура		

Примечание – Источник: собственная разработка.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования отводится 62 часа.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования на базе ССО отводится 118 часов.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения индивидуальных заданий в аудитории во время проведения практических занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- выполнение индивидуальных заданий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- подготовка к практическим и семинарским занятиям, в том числе подготовка информационных и демонстративных материалов, рефератов и т.д.;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- подготовка к сдаче промежуточной аттестации.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия *текущей* аттестации проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- контрольная работа;
- опрос;
- экспресс-опрос;
- учебное задание;
- дискуссия.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится три раза в семестр.

Результаты текущей аттестации за семестр оцениваются отметкой в баллах по десятибалльной шкале и отражаются в ведомости текущей аттестации по учебной дисциплине.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ. Итоговая отметка по учебной дисциплине определяется как округленная до целого сумма произведений средневзвешенного балла за текущий контроль и отметки на зачете на соответствующие весовые коэффициенты. Значения весовых коэффициентов по учебной дисциплине составляют: для текущего контроля – 0,4; для экзамена – 0,6.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Реклама и связи с общественностью в туристической индустрии	Экономики и управления туристической индустрией	Замечаний и предложений нет <i>Зав. кафедрой ДУТЧ</i> <i>А.И. Мавченко</i>	