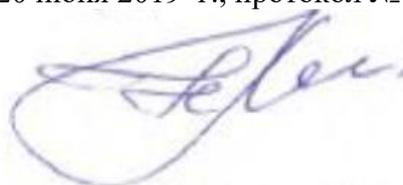


Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИС: Меркулов Евгений Сергеевич Должность: И.о. ректора Дата подписания: 31.05.2019 02:04:41 Уникальный программный ключ: 39428e82d614a3cd984f917b018f0fd2c07182daabc77db685db2d16370f6e7c	ФОС Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
---	-------------------	--------------------

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Камчатский государственный университет имени Витуса Беринга»

Рассмотрено и утверждено на заседании
кафедры экономики и сервиса
20 июня 2019 г., протокол № 10



и. о. зав. кафедрой _____ Н.Г.Мищенко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по дисциплине

Б1.В.15 ТУРОПЕРАТОРСКАЯ И ТУРАГЕНТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Направление подготовки (специальность): 43.03.01 «Сервис»

Профиль подготовки: «Социально-культурный сервис»

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная

Курс 4 Семестр 8

Экзамен: 8 семестр

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

СОДЕРЖАНИЕ

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине	4
2. Контрольно-измерительные материалы текущего контроля	6
2.1 Формы текущего контроля	6
2.2 Вопросы и задания текущего контроля	7
3. Критерии оценивания по формам текущего контроля	22
4. Контрольно-измерительные материалы промежуточного контроля (аттестации)	23
4.1 Формы промежуточного контроля (аттестации)	23
4.2 Перечень вопросов на зачет	23
5. Критерии оценивания по формам промежуточного контроля (аттестации)	26

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

Код универсальной компетенции	Содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций
ОПК-5	ОПК-5. Способен принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую эффективность организаций избранной сферы профессиональной деятельности	ИД-ОПК-5.1. Рассчитывает, оценивает и анализирует основные производственно-экономические показатели сервисной деятельности ИД-ОПК-5.2. Экономически обосновывает необходимость и целесообразность принятия решений при осуществлении профессиональной деятельности ИД-ОПК-5.3 - Применяет в работе экономически обоснованные решения

Код проф. компетенции	Содержание компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Основание - профстандарт, обобщенная трудовая функция // анализ опыта
ПК-6	Способность разрабатывать и планировать маршруты при занятиях пешеходным туризмом и трекингом, а также при занятии туризмом на транспортных средствах на основе знаний местности и использования ресурсов СКД.	ИД-ПК-8.1. - Проводит изучение туристско-рекреационного потенциала и ресурсов туристских регионов, территорий, зон и комплексов пригодных для пешеходного туризма и трекинга. ИД-ПК-8.2. – Формирует туристский продукт с учетом местных ресурсов, транспортной доступности и требований туристов. ИД-ПК-8.3. – умеет организовать продвижение и реализацию пешеходного маршрута	04.005 Экскурсовод (гид) 33.023 Инструктор-проводник Анализ отечественного и зарубежного опыта Потребность туристической сферы Камчатского края
ПК-7	Способен разра-	ИД-ПК-9.1. Участвует в	33.007 Руководи-

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

	<p>батывать новые услуги с учетом меняющихся процессов и требований общества</p>	<p>формировании услуг организаций сферы гостеприимства и общественного питания с учетом этнокультурных, исторических, религиозных аспектов, с использованием современных технологий ИД-ПК-9.2. Применяет современные технологии оказания услуг в организациях избранной профессиональной сферы, отвечающих требованиям потребителей по срокам, цене и уровню качества обслуживания, а также требованиям безопасности. ИД-ПК-9.3. Разрабатывает предложения по совершенствованию технологий обслуживания в организациях избранной профессиональной сферы с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, в том числе лиц с ограниченными возможностями здоровья.</p>	<p>тель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц 33.008 Руководитель предприятия питания 04.005 Экскурсовод (гид) Анализ отечественного и зарубежного опыта Потребность туристической сферы Камчатского края</p>
--	--	---	---

2. Контрольно-измерительные материалы текущего контроля

2.1. Формы текущего контроля

В процессе изучения данной дисциплины применяются следующие виды текущего контроля знаний:

- письменный опрос по основным терминам темы;
- тест (в том числе с применением технических и информационных средств);
- устный опрос во время практических и семинарских занятий.

Самостоятельная работа

Самостоятельная работа включает две составные части: аудиторная самостоятельная работа и внеаудиторная.

Самостоятельная аудиторная работа включает выступление по вопросам семинарских занятий, выполнение практических заданий (*при наличии*).

Внеаудиторная самостоятельная работа студентов заключается в следующих формах:

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

- изучение литературы; осмысление изучаемой литературы;
- работа в информационно-справочных системах;
- аналитическая обработка текста (конспектирование, реферирование);
- составление плана и тезисов ответа в процессе подготовки к занятию;
- решение задач;
- проработка отдельных заданий, данных преподавателем, самостоятельно;
- подготовка сообщений по вопросам семинарских занятий.

2.2. Вопросы и задания текущего контроля

Подготовка к каждому семинару предполагает подготовку студентами информации по вопросам в форме конспектов или презентации. Во время семинарского занятия происходит обсуждение вопросов в форме дискуссии.

Вопросы для самоконтроля по темам:

	Тема
Тема 1	Теоретические основы туроперейтинга
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Приведите примеры удачно определенных миссий туроператора. 2. Какие цели преследует в своей деятельности туроператорская фирма? 3. Перечислите основные черты современного рынка туроператоров. 4. Каковы особенности географии российского туроперейтинга?
Тема 2	Организационно-правовые основы деятельности туроператора
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие преимущества дает введение финансовых гарантий туроперейтинга? 2. Проанализируйте Единый федеральный реестр туроператоров как один из способов государственного регулирования туристской деятельности. 3. Какие виды предприятий туризма выделяют в отечественной и зарубежной практике бизнеса. 4. Какие организационно-правовые формы юридических лиц вы знаете? 5. Охарактеризуйте важнейшие разновидности организационно-управленческой структуры туристских предприятий.
Тема 3	Турпродукт как результат деятельности туроператора
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Перечислите важнейшие потребительские свойства туристского продукта. 2. Проведите обзор зарубежных и отечественных концепций туристского продукта. 3. Какие классы туристского обслуживания вы знаете? Охарактеризуйте каждый из них. 4. Перечислите стратегии менеджмента и маркетинга, применяемые туроператором на каждой стадии жизненного цикла.
Тема 4	Проектирование туристского продукта.
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие документы являются результатом проектирования турпродукта? 2. Назовите основные хозяйствующие субъекты туристского рынка.

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Какие факторы оказывают влияние на конкурентоспособность туристского обслуживания? 4. Приведите примеры сегментирования по основным критериям.
Тема 5	Формирование туристского продукта
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Назовите преимущества и недостатки прямой и опосредованной организации туров. 2. Каковы особенности работы отправляющего и принимающего туроператора на стадии планирования туров? 3. Перечислите существующие схемы работы отправляющего туроператора с поставщиками туристских услуг. 4. Какие строки содержит бланк туристской путевки? 5. Какие данные содержит информационный листок к туристской путевке? 6. Каково содержание и назначение туристской памятки?
Тема 6	Договорные отношения в туроперейтинге
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Какие условия составляют основу любого туристского договора? 2. Перечислите основные требования к составлению туристских договоров. 3. Какие обстоятельства оговариваются в договоре о реализации турпродукта? 4. Какие способы решения жалоб характерны? 5. Туристский рэкет и примеры. 6. Рассмотрите 2-3 претензии туристов к турфирме и предложите наиболее эффективные способы их разрешения. 7. Каковы основные принципы работы персонала туроператора с поступающими жалобами?
Тема 7	Взаимоотношения туроператора с поставщиками услуг.
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. В чем заключается сущность рискованных схем работы туроператора с отелем? 2. Каковы особенности безрисковых схем работы туроператора с отелем? 3. Перечислите особенности организации экскурсионного обслуживания? 4. Схемы сотрудничества туроператора и гостиниц.
Тема 8	Ценообразование в туроперейтинге.
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Каковы особенности процесса выработки ценовой стратегии? 2. Какие существуют цели ценообразования и как они устанавливаются? 3. Какие особенности выбора методов ценообразования? 4. Охарактеризуйте ценовые стратегии, применяемые в работе туроператора. 5. Приведите примеры ценовых манипуляций. 6. Как рассчитывается цена турпакета: а) на группу; б) на человека? 7. Перечислите основные правила разработки ценовой линии туроператора.
Тема 9	Методы продвижения туристского продукта.
Вопросы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте основные разновидности туристской рекламы. 2. Назовите основные способы общения персонала туроператора с клиентами и методы преодоления возражений с их стороны. 3. Назовите преимущества и недостатки туристской пропаганды. 4. Из каких этапов состоят подготовка и проведение пропагандист-

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

	ских мероприятий? Раскройте содержание каждого из них. 5. Какие разновидности агентской комиссии вы знаете? 6. Каковы особенности и преимущества использования интернет-технологий в работе туроператора? 7. На какие группы делятся все сайты туроператоров? Перечислите достоинства и недостатки.
Тема 10	Выставочная деятельности в туроперейтинге.
Вопросы:	1. Назовите крупнейшие туристские выставки, проходящие в России и за рубежом. 2. Какие цели и задачи преследует туроператор, принимая решение об участии в работе туристской выставки. 3. Приведите примеры основных стендовых услуг. 4. От каких факторов, по вашему мнению, будет зависеть успех туроператора в работе на выставке? 5. Рассмотрите основные типологии посетителей выставки. 6. Выберите наиболее понравившуюся вам типологию и аргументируйте выбор.
Тема 11	Особенности работы туроператора с турагентами.
Вопросы:	1. Какие разновидности агентских сетей вы знаете? Назовите преимущества и недостатки каждой из разновидностей. 2. Как осуществляется организация информационных, ознакомительных, рекламных туров? Каково их значение для туроператора? 3. Перечислите основные правила оформления каталога туроператора.

Паны практических (семинарских) занятий

Семинар 1. Законодательные основы взаимодействия ТА и ТО. Бизнес – модели развития ТО

Предварительная подготовка студентов: студенты заранее готовятся для ответа на вопросы.

1. Понятие, виды и характеристика деятельности туроператора и турагентов.
2. Рассмотреть нормативно-правовые документы. Изучить закон о туристской деятельности, основу туристского права. Проанализировать правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма.
3. Финансовое обеспечение туристской деятельности.
4. Определение основных положений турагентской деятельности в нормативно-правовых документах. Заполнить таблицу.

№	Документы, регулирующие деятельность турагентства	Номер и дата выхода документа	Основные положения, понятия

Контрольные вопросы:

1. Как ФЗ «Об основах туристской деятельности» рассматривают категорию «туристской услуги»?
2. Как в основном туристском законе трактуется турагентская деятельность?

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

3. Почему туроператор и турагент имеют различную юридическую базу?
4. Как связан закон «О защите прав потребителей» и турагентская деятельность?
5. Реестр туроператоров и турагентов. В чем их схожесть и в чем различие?

Источники:

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации (в ред. Федеральных законов от 10.01.2003 N 15-ФЗ, от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 05.02.2007 N 12-ФЗ)
2. Федеральный Закон «О защите прав потребителей» (с изменениями от 2 июня 1993 г., 9 января 1996 г., 17 декабря 1999 г., 30 декабря 2001 г., 22 августа, 2 ноября, 21 декабря 2004 г., 27 июля 2006 г., 25 ноября 2006 г., 25 октября 2007 г., 23 июля 2008 г., 3 июня 2009 г., 23 ноября 2009 г., 18 июля 2011 г.)
3. «Правила оказания услуг по реализации туристского продукта» Утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 18 июля 2007 г. № 454 (в редакции Постановления Правительства РФ от 23.03.2013 № 254)

Семинар 2. Понятие турпродукта. Туристский продукт на национальном, региональном, местном рынке.

1. Выбрать дестинацию. Раскрыть её природно-климатические ресурсы, подходящие для использования при формировании туров.
2. Выбрать дестинацию. Раскрыть её культурное наследие, используемое при создании турпродукта.
3. Составить перечень известных Вам традиций, которые могут быть использованы при создании турпродукта.
4. Схематично изобразить общие и отличительные свойства, характеризующие национальный турпродукт и турпродукт туроператора.

Семинар 3. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта в РФ.

Форма проведения семинара: обсуждение заранее предложенных вопросов
 Предварительная подготовка студентов: студенты заранее готовят доклады по темам.

1. Агентский договор с туроператором.
 2. Ответственность туроператора и турагента по осуществлению туристской деятельности.
- Контрольные вопросы:
1. Туроператор – продвижения и реализация турпродукта. На примере опыта одного из ведущих туроператоров по выездному туризму
 2. Турагент – продавец туруслуги. Рекламная деятельность турагента на примере рекламной компании одного из московских турагентств..
 3. Особенности работы лицензированных турагентств на примере конкретного турагентства.
 4. Комиссионные продажи и их особенности в современном туризме.
 5. Турагентские сети. Плюсы и минусы участия турагента в сетях (на конкретных примерах)

Семинар 4. Услуги туристского профиля в составе турпродукта.

1. Услуги туроператоров и турагентов, их общие и отличительные черты.
2. Роль транспортных услуг в создании турпродукта: перевозка, трансфер, основа турпродукта, товар. Способы потребления транспортных услуг.

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

3. Услуги размещения как одна из составляющих турпродукта. Виды предприятий, предоставляющих услуги размещения.
4. Услуги развлекательного характера как составляющая часть турпродукта. Специальные программы, предназначенные для развлечения туристов: тематические парки, шоу-музеи, костюмированные туры, событийные туры, анимация, традиционные формы.
5. Сопутствующие услуги в составе турпродукта: 1. Использование кредитных и банковских карт в создании и реализации турпродукта.
2. Услуги охраны, используемые при реализации турпродукта: в сфере размещения, транспортного обслуживания, при парковке автомобилей, личная охрана и др.
3. Значение страхования в создании турпродукта. Обязательное и добровольное страхование, их виды.
5. Информационные услуги в составе турпродукта. Виды информационных услуг, способы их предоставления.
6. Услуги питания как составляющая часть турпродукта. Способы предоставления питания туристам; виды питания.

Семинар 5. Агентский договор. Основные положения и особенности.

1. Договор: сущность, структура, правовая основа, особенность договорной деятельности в туризме.
2. Особые условия договора между туристской фирмой и туристом.

Студенты заранее готовят ответы на вопросы по плану:

1. Структура, содержание и особенности составления туристского договора.
2. Предмет договора, обязанности сторон в туристском договоре.
3. Условия аннуляции и штрафные санкции туристского договора.
4. Проанализировать туристский договор одной из турагентских компаний (на выбор студента).
5. Как связаны туристский и агентский договор турагента и туроператора?

Семинар 6. Виды туристских предприятий. Турагентские фирмы.

1. Организационно-правовые формы туроператоров и турагентов: ООО, ЗАО, ОАО, ИЧП и др. 2. Устав, учредительный договор, регистрация в налоговых и других государственных органах.
3. Основные цели и задачи турагентской фирмы. Требования российского законодательства при открытии турфирмы. Проанализировать туристические агентства города и их организационно-правовые формы.
4. Бизнес-план и его роль в судьбе фирмы. Бизнес-планирование, персонал, помещение офиса, рекламная и иная деятельность фирмы. Методы проектирования организационных структур.

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

5. Линейно-функциональный тип организационной структуры. Стратегическое и тактическое планирование, основные этапы.

6. Формирование программы обслуживания.

7. Закрытие турфирмы.

Семинар 7. Комиссионные вознаграждения. Бонусы

Форма проведения семинара: обсуждение заранее предложенных вопросов

Цель семинарского занятия: рассмотреть практику использования комиссионных вознаграждений на примерах работы конкретных крупных туроператоров.

План семинара:

1. Ставки комиссионных вознаграждений.
2. Практика применения бонусов.
3. Уполномоченные и франчайзинговые турагентства.

Контрольные вопросы:

1. Структура, содержание и особенности составления агентского договора.
2. Предмет договора и обязательства сторон как отражение функциональных особенностей работы туроператора и турагента.
3. На примере агентского договора туркомпании «Елара» проанализировать основные требования туроператора к турагенту.
4. Сравнить агентские договоры и условия взаимодействия различных российских туроператоров и составить по ним сравнительную таблицу.
5. Разрешение споров, форс-мажорные обстоятельства, дополнения и приложения – задачи, стоящие перед этими частями договоров.

Семинар 8. Характеристика отдельных видов турпродукта по целям.

Задание: по 1 пункту составить сравнительную таблицу:

№	Тип тура	Дестинации	Туроператоры	Особенности тура

1. Описание тура по целям:

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

- туристско-оздоровительные,
 экскурсионно-познавательные,
 лечебные,
 спортивные,
 обучающие и образовательные,
 зрелищно-развлекательные,
 бизнес- и конгресс- туры,
 туры по интересам,
 производственно-ознакомительные,
 этнические и бытовые и т.д.);
 по способу формирования (инклюзив-туры и заказные);
 по составу участников (групповые, индивидуальные, семейные, детские и подростковые, молодёжные, для людей «третьего поколения»);
 по способу передвижения (стационарные, маршрутные, походы).
2. Разработать памятку для одного из типов путешествия.
 3. Подобрать несколько программ однотипных лечебно- оздоровительных туров, предлагаемых различными туроператорами, и сравнить их между собой.

Семинар 9. Продвижение турпродукта.

Вопросы для обсуждения:

1. Формирование сбытовой сети. Основные внешние и внутренние каналы сбыта. Формы продажи туристского продукта (собственные бюро продаж, контрагентская сеть, продажа на основе связи с корпоративными клиентами, через специализированные магазины, через Интернет).
2. Разработка рекламно-информационных изданий как методы успешного продвижения турпродукта. Характеристика информационных изданий: каталогов, листовок, буклетов, брошюр.
3. Участие в выставках. Классификация выставок по целям и частоте проведения, по характеру предложения экспонатов, по составу участников. Основные этапы выставочной деятельности турпредприятий.
4. Реклама как средство продвижения турпродукта. Основные функции рекламы. Роль рекламы в продвижении турпродукта. Механизм осуществления рекламного процесса. Средства размещения рекламы. Виды туристской рекламы. Средства распространения рекламы.
5. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Нерекламные методы продвижения турпродукта (стимулирование туристов, розничных турагентств, пропаганда туризма, информационные поездки).

Практическое задание:

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

Вы недавно стали руководителем небольшой туристской организации. В данной фирме малый объем продаж туристского продукта. Перед Вами, как перед руководителем, стоит задача привлечения большего числа клиентов. Как Вы поступите? Ваши действия? (опишите).

Семинар 10. Разработка тематических программ обслуживания туристов.

Цель: сформировать умения разрабатывать тематические программы обслуживания с учетом запросов потребителя.

Составить проект программы обслуживания туристов, определив: - маршрут путешествия; - продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута; - перечень организаций, предоставляющих основные услуги (средства размещения туристов, предприятия питания, перевозчики), дополнительные услуги (экскурсионные организации, экскурсоводы-предприниматели, спортивные сооружения, театры, музеи, и т.д.) – соисполнителей услуги; - период предоставления услуг каждым предприятием и организацией– соисполнителем услуги; - состав экскурсий и достопримечательных объектов; - перечень прогулок, комплекса досуговых мероприятий; - количество туристов, участвующих в путешествии; - виды транспорта для перевозок туристов; - необходимого количества транспортных средств; -экскурсоводах, гидах-переводчиках, сопровождающих, другом обслуживающем персонале и необходимой дополнительной их подготовки.

Семинар 11. Характеристика отдельных видов турпродукта по целям.

Студенты разбиваются в команды по 2-3 человека. Каждая команда выбирает туристический маршрут Камчатского края, который нужно продвинуть на внутреннем рынке РФ. Подготовить презентацию или вебинар для туристов (описать основные целевые аудитории) с основной информацией по маршруту, стоимости, размещению и т.д.

Семинар 12-13. Визовые формальности. Особенности оформления виз. Страхование.

1. Типы виз, особенности их получения.
2. Проконсультируйте туриста по необходимому пакету документов на визу в страны ЕС.
3. Заполнить анкету на визу в страну ЕС. (анкету взять заранее на сайте консульства Испании, Италии, Франции или другой страны по выбору).
4. Как правильно использовать мультивизу?
5. Визы в Китай.
6. Визы в США.
7. Визы в Великобританию.
8. Страны безвизового въезда, что нужно знать туристу?
9. Виза на Кипр.
10. Особенности получения виз в другие туристически популярные страны.
11. Оформление страховки. Что покрывает страховка? Что нужно знать туристу?
12. Можно ли оформить страховку будучи в путешествии?

Семинар 14. Характеристика существующих туроператоров выездного туризма в РФ.

1. На основании отчетов, статистики, рейтингов охарактеризовать 10 ведущих туроператоров выездного туризма.

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

2. Каждый студент готовит презентацию с характеристикой туроператора, о его работе, страховом обеспечении, основных направлениях работы, партнерах (авиакомпаниях, мит-компаниях). Использует сайт туроператора для описания системы бронирования на сайте, системе работы в целом.

3. Составление таблиц о ведущих туроператорах по основным направлениям массового туризма: Турция, Тайланд, Греция, Болгария, Тунис, Вьетнам и др. (отдых в Европе, горнолыжные курорты, Скандинавия)

Семинар 15- 16. Практикум по разработке тура по Камчатке.

Задание:

Составить маршрут тура на 7-8 дней.

Определить маршрут тура, целевую аудиторию.

Полностью расписать деятельность и занятость туристов.

Расписать партнеров туроператоров: средства размещения, транспортные компании, предприятия общественного питания и др., основание для работы (виды договоров)

Объяснить ценообразование: стоимость для туриста, прибыль ТО.

Семинар 17. Круглый стол по обсуждению актуальных и проблемных новостей туроперейтинга на текущий момент.

Семинар 18. Итоговый тест по дисциплине.

Примерные тесты текущего контроля по дисциплине (тесты могут быть применимы при дистанционной работе)

Примерные тесты по дисциплине:

Тест №1

нормативно-правовая база туристской деятельности

1. Государственное регулирование туристской деятельности в РФ осуществляется путем исполнения следующих мероприятий. Какое (одно) из них не соответствует действительности?

а. определения приоритетных направлений, нормативно – правового регулирования и разработки программ развития туризма;

б. содействия в продвижении туристского продукта, защиты прав и интересов туристов и обеспечения их безопасности;

в. содействия кадровому обеспечению, развитию научных исследований, стандартизации и классификации объектов туристской индустрии;

г. информационного обеспечения, создания благоприятных условий для развития туристской индустрии и оказания государственных услуг в сфере туризма;

д. взаимодействия с иностранными государствами и международными организациями в сфере туризма, в том числе и за пределами РФ;

е. обязательного лицензирования туроператорской и турагентской деятельности, усиления командно- административных методов регулирования туристской деятельностью.

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

2. Какое (одно) из нижеперечисленных положений не соответствует принципам государственного регулирования туристской деятельности?

- а. содействие туристской деятельности;
- б. постепенный переход на полное государственное обеспечение туризма;
- в. создание благоприятных условий для развития туристской деятельности;
- г. определение приоритетных направлений туристской деятельности;
- д. формирование представления о РФ как стране, благоприятной для туризма; е. поддержка и защита российских туристов, туроператоров, турагентов и их объединений.

3. Из чего состоит законодательство РФ о туристской деятельности?

- а. из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», принимаемых в соответствии с ним федеральных законов и иных нормативно – правовых актов РФ, а также законов и иных нормативных правовых актов субъектов РФ;
- б. из Конституции РФ, федеральных законов и подзаконных актов, определяющих развитие туристской деятельности и связанного с ним сервиса в РФ;
- в. из федеральных законов РФ и законов субъектов РФ, направленных на развитие международного, выездного, въездного и внутреннего туризма в РФ;
- г. из международных соглашений по туризму и отечественных нормативно – правовых актов об основах туристской деятельности в стране и за рубежом;
- д. из двухсторонних межгосударственных договоров о культурном и туристском обмене и оказании взаимной юридической помощи в сфере туризма и гостеприимства.

4. Временные выезды (путешествия) граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально – деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания называется:

- а. туристской деятельностью;
- б. путешествием;
- в. паломничеством;
- г. туризмом;
- д. отпуском;
- е. отдыхом.

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

- а. деятельностью турфирм;
- б. досуговой деятельностью;
- в. организацией путешествий;
- г. организацией отдыха;
- д. туристской деятельностью;
- е. предпринимательством.

6. комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта:

- а. туристским сервисом;
- б. сферой обслуживания;
- в. социально – культурным комплексом;
- г. туристским продуктом; д. гостинично-туристским предприятием; е. туром.

7. Природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил, называются:

- а. туристскими возможностями;

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

- б. туристскими достопримечательностями;
 - в. туристскими ресурсами;
 - г. объектами туристского показа;
 - д. объектами туристского посещения;
8. Дайте определение термину «Турист»

9. Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов – переводчиков, называется:

- а. комплексом туристских услуг;
- б. туристским сервисом;
- в. социально –культурным обслуживанием;
- г. туристским продуктом;
- д туристско-гостиничным комплексом;
- е. туристской индустрией.

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

- а. продажей туристских продуктов;
- б. реализацией туристских путевок;
- в. продвижением туристского продукта;
- г. турагентской деятельностью;
- д. реализацией туристского продукта;
- е. коммерческой деятельностью.

11. Турист имеет следующие права, за исключением одного пункта. Какого?

- а. на информацию о путешествии;
- б. на свободу передвижения и доступ к туристским услугам;
- в. на беспрепятственное и полное удовлетворение своих потребностей;
- г. на личную безопасность, сохранность имущества и медицинскую помощь;
- д. возмещение убытков и компенсацию морального вреда;
- е. содействие органов власти места временного путешествия и доступ к средствам связи.

12. Турист обязан соблюдать все следующие правила за исключением одного. Какого?

- а. соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания;
- б. уважать социальное устройство, обычаи, традиции и религиозные верования в стране (месте) пребывания;
- в. принимать активное участие в политической жизни страны (места) пребывания;
- г. сохранять окружающую природную среду, бережно относиться к памятникам природы, истории и культуры;
- д. соблюдать правила въезда, пребывания и выезда из страны (места) временного пребывания;
- е. соблюдать правила личной безопасности.

Тест 2.

1. К основным туристским услугам относятся:

- а) включенные в договор и оплаченные посетителем турфирмы
- б) оплаченные в момент потребления во время путешествия или в месте пребывания

2. Туроператор занимается созданием, продвижением и реализацией:

- а) туристских товаров

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

- б) туристских услуг
в) туристского продукта
3. Групповой тур – это ...
а) inclusiv tour
б) package tour
в) заказной тур
4. Какие обозначения класса обслуживания туристов применяются в прак-тике турфирм:
а) super – класс
б) ultra super класс
в) VIP – класс (1 класс)
г) Бизнес – класс
д) Туристский класс
е) Эконом – класс
5. Из чего складывается цена турпакета?
а) затраты на производство тура
б) цены конкурентов на аналогичный продукт
в) уровень спроса на данный турпродукт
г) сезонность в туризме
д) экономическая и политическая ситуация в стране
е) топливный сбор
ж) имидж фирмы
6. Стандартные виды питания на туре:
а) HB
б) FB
в) BB
г) All inclusive
д) без питания
7. Какой из видов туристской документации является бланком строгой фи-нансовой отчетно-сти?
а) туристский ваучер
б) путевка ТУР – 1
в) памятка туристу
г) лист бронирования
8. Что такое туристская виза?
а) отметка в паспорте дипломатическими представительствами иностранных государств
б) специальный вкладыш в паспорт
в) отдельный сопроводительный документ туриста
9. Что такое туристский ваучер?
а) финансовый документ турфирмы
б) документ, подтверждающий бронирование и оплату услуг отеля
в) финансовое обязательство отеля
10. Что такое «поставщики услуг»?
а) каналы продвижения турпродукта
б) каналы реализации турпродукта
в) предприятия и организации, принимающие участие в организации обслу-живания туристов.
11. Что такое «форс-мажорные обстоятельства»?
а) отказ от исполнения условий договора любой из сторон
б) обстоятельства непреодолимой силы
в) неспособность одной из сторон осуществить условия клиентского согла-шения

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

12. Язык оформления международных соглашений:

- а) русский язык
- б) государственные языки сторон соглашения
- в) приемлемый третий язык
- г) двуязычное соглашение – на русском языке и языке, выбранном партне-ром

13. Фирменный стиль туристского предприятия – это ...

- а) важный психологический фактор для клиента при выборе фирмы
- б) показатель успешной работы фирмы на рынке
- в) неременное требование к наружному и внутреннему оформлению фир-мы и исполнению рекламно-информационных материалов

14. С какими паспортами российских граждан работают турфирмы?

- а) служебный паспорт
- б) дипломатический паспорт
- в) паспорт моряка
- г) общегражданский загранпаспорт

15. Ребенок может иметь загранпаспорт:

- а) с 6 лет
- б) с момента рождения
- в) с 14 лет
- г) с 18 лет

16. Для посещения зарубежных стран с туристскими целями россиянам необходимо наличие:

- а) деловой визы
- б) частной визы
- в) рабочей визы
- г) туристской визы

17. Для въезда в какие европейские страны россиянам не нужна виза?

- а) Украина
- б) Хорватия
- в) Черногория
- г) Болгария
- д) Польша
- е) Чехия

18. Шенгенская виза, выданная одной из стран Шенгенского соглашения, дает разрешение на посещение:

- а) этой страны
- б) некоторых стран – участниц
- в) всех стран – участниц

19. Наличие визы:

- а) разрешает въезд в государство
- б) гарантирует въезд на территорию страны
- в) подтверждает регистрацию паспорта в консульстве государства, которое предстоит посетить

20. Пакет услуг (турпакет) – это ...

- а) набор туристской документации
- б) произведенный оператором турпродукт, состоящий из определенного набора услуг
- в) упаковка для рекламной продукции

21. Общие требования, предъявляемые к туристской услуге подразделяются на: (отметить V)

- а) обязательные
- б) желательные
- в) рекомендуемые

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

г) nereкомендуемые

22. К обязательным требованиям туристской услуги относятся:

- а) привлекательность
- б) доступность
- в) безопасность жизни и здоровья туристов
- г) сохранность имущества туристов
- д) охрана окружающей среды

23. К рекомендуемым требованиям туристической услуги относятся:

- а) соответствие назначению
- б) привлекательность услуги
- в) точность и своевременность исполнения
- г) комплексность
- д) этичность обслуживающего персонала
- е) комфорт и эргономичность
- ж) эстетичность

24. Программа обслуживания – это ...

- а) расписание авиа и авто перевозок на туре
- б) комплекс досуговых услуг на туре
- в) набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с тематикой тура, заранее оплаченный и расписанный по времени проведения тура

25. Поставщики услуг подбираются по:

- а) региональному интересу
- б) личным предпочтениям участников переговоров
- в) виду туризма
- г) содержанию программ обслуживания
- д) сегменту потребителей в возрастном, социальном и экономическом плане
- е) деловым качествам и репутации
- ж) рекомендации двух участников рынка

26. Дайте полное написание вариантов питания:

- а) FB
- б) HB
- в) VB

27. К факультативным условиям договора между туроператором и турагентом относятся:

- а) юридические адреса сторон
- б) форс-мажорная оговорка
- в) фактические адреса сторон
- г) порядок рассмотрения претензий
- д) порядок и условия внесения изменений в обязательства сторон по договору

28. Сделки с отечественными и зарубежными турфирмами составляются и подписываются в:

- а) одном экземпляре
- б) двух экземплярах
- в) трех экземплярах

29. Памятка для туристов относится к числу:

- а) обязательных документов туристов
- б) рекомендуемых документов
- в) бланком строгой финансовой отчетности

30. Прайс-лист – это ...

- а) информация о ценах на различные туристические услуги
- б) справочный материал на маршруте

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

в) рекламные проспекты и буклеты

31. «Папка тура (маршрута)» создается для:

а) рекламы турпродукта

б) продвижения турпродукта

в) для обеспечения бесперебойной работы турпредприятия

32. Укажите, на каком этапе деятельности турфирмы необходима разработка бизнес-плана предприятия:

а) до принятия решения о создании предприятия

б) при начале деятельности турфирмы

в) при возникновении финансовых проблем

33. Укажите основную характеристику первичного телефонного разговора с клиентом:

а) краткий, но информационно полный разговор

б) насыщенный ценовой информацией разговор

в) вежливый, но не содержащий значащей информации разговор

34. Укажите возможную причину депортации туриста из страны следования:

а) нарушение таможенных правил и норм поведения Российской Федерации

б) нарушение законодательства страны следования

в) отказ партнера в предоставлении услуг, заказанных фирмой

35. Назовите документ, являющийся неотъемлемой частью клиентского договора:

а) карта местности

б) памятка туристу

в) страховой полис

г) лист бронирования

36. Укажите, в каком виде ведется рабочая документация фирмы:

а) в электронном виде

б) на бумажных носителях

в) и на электронных и на бумажных носителях

37. Укажите две формы формирования каналов сбыта турпродукта:

а) внешние каналы

б) внутренние каналы

в) собственные бюро продаж туроператора

38. Укажите три основных критерия при выборе партнеров по сбыту тур-продукта:

а) имидж фирмы

б) стаж работы предприятия

в) дееспособность фирмы

г) отзывы конкурентов

д) кредитоспособность предприятия

е) правоспособность фирмы

39. Укажите 4 основных правовые документа, регламентирующие деятельность туристских предприятий:

а) Федеральный Закон «О рекламе»

б) Федеральный Закон «О защите прав потребителей»

в) Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

г) Федеральный Закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию»

д) Гражданский Кодекс Российской Федерации

е) Уголовный Кодекс российской Федерации

ж) Кодекс Законов о труде

40. Укажите срок подачи письменных жалоб в туризме:

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

- а) 30 дней с момента заключения договора
- б) 20 дней с момента начала путешествия
- в) 20 дней с момента завершения путешествия
- г) 10 дней с момента завершения путешествия.

3. Критерии оценивания по формам текущего контроля

На основании разработанной компетентностной модели выпускника образовательные цели представлены в виде набора компетенций как планируемых результатов освоения дисциплины. Определение уровня достижения планируемых результатов освоения дисциплины осуществляется посредством оценки уровня сформированности компетенции и оценки уровня успеваемости обучающегося.

Основными критериями оценки в зависимости от вида работы обучающегося являются: сформированность компетенций (знаний, умений и навыков), степень владения профессиональной терминологией, логичность, обоснованность, четкость изложения материала, ориентирование в научной и специальной литературе.

Критерии оценивания уровня сформированности компетенций и оценки уровня успеваемости обучающегося

Уровень сформированности компетенции	Уровень освоение модулей дисциплины (оценка)	Критерии оценивания отдельных видов работ обучающихся
		Устный опрос, сообщение по вопросам практических (семинарских) занятий
Высокий	Отлично	Оценивается ответ студента, которым даны полные, развернутые ответы на поставленные и дополнительные вопросы. Студентом продемонстрированы глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, твердое знание основных положений смежных дисциплин. Ответ логически последователен, содержателен. Стиль изложения материала научный с использованием юридической терминологии. Студентом продемонстрирована сформированность компетенций (знаний, умений, навыков). Студентом могут быть допущены отдельные недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно.
Базовый	Хорошо	Оценивается ответ студента, которым даны полные, развернутые ответы на поставленные и дополнительные вопросы. Студентом проде-

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

		монстрированы глубокие знания всего программного материала, понимание существенных и несущественных признаков, причинно-следственные связи, твердое знание основных положений смежных дисциплин. Ответ логически последователен, содержателен. Стиль изложения материала научный с использованием юридической терминологии. Студентом продемонстрирована в целом успешная сформированность компетенций (знаний, умений, навыков), вместе с тем имеют место отдельные пробелы в умении, студент не вполне осознанно, владеет навыками. Студентом могут быть допущены 2-3 неточности или незначительные ошибки.
Пороговый	Удовлетворительно	Оценивается ответ студента, которым даны недостаточно полные и развернутые ответы на поставленные и дополнительные вопросы. Логика и последовательность изложения нарушены. Допущены ошибки в определении употреблении понятий. Студент с затруднением самостоятельно выделяет существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Студентом в целом продемонстрирована сформированность компетенций (знаний, умений, навыков), вместе с тем имеют место несистематическое использование умений и фрагментарные навыки.
Компетенции не сформированы	Неудовлетворительно	Оценивается ответ студента, представляющей собой разрозненные знания с существенными ошибками. Ответ фрагментарен, нелогичен. Студент не осознает связь обсуждаемого вопроса с другими вопросами дисциплины. Отсутствуют конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная, юридическая терминология не используется. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента. Компетенции (знания, умения, навыки) по дисциплине не сформированы: теоретические знания имеются, но они разрознены, умения и навыков отсутствуют // Либо ответ на вопрос полностью отсутствует или студент отказывается от ответа на поставленные вопросы.

4. Контрольно-измерительные материалы промежуточного контроля (аттестации)

4.1 Формы промежуточного контроля (аттестации) – 7 семестр зачет, 8 семестр - экзамен

Примерный перечень вопросов к зачету.

1. Дайте определение понятиям «туроперейтинг» и «туроператор».
2. Функции современных туроператоров.
3. Отличие туроператора от турагента.
4. Миссия и цели туроператора.
5. Основные направления и формы работы турфирм.
6. Виды туроперейтинга.
7. Классификация туроператоров.
8. Схемы работы инициативного и рецептивного туроператоров.
9. Профиль работы туроператоров.
10. Законы и иные нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность туроператора.

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

11. ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
12. Процедуры стандартизации и сертификации туристских услуг
13. Факторы, определяющие выбор организационно-правовой формы туристского предприятия.
14. Основные организационно-правовые формы туристского предприятия.
15. Классификация туристских фирм.
16. Учредительные документы туристской организации.
17. Регистрация и оформление туроператорской фирмы.
18. Значение организационно-управленческой структуры для турфирмы.
19. Виды организационных структур туристских предприятий.
20. Определение понятий «туристская услуга» и «турпродукт».
21. Основные и специфические характеристики туристских услуг.
22. Источники турпродукта.
23. Экономическая сущность турпродукта.
24. Особенности структуры турпродукта.
25. Элементы и уровни турпродукта.
26. Соотношение понятий «турпродукт», «тур», «туристский маршрут», «туристский пакет».
27. Варианты турпакетов.
28. Особенности индивидуальных и групповых туров.
29. Особенности организации заказных и инклюзив – туров.
30. Классы туристского обслуживания.
31. Жизненный цикл туристского продукта.
32. Специфика проектирования туров.
33. Законы и нормативно-правовые акты, регламентирующие процесс проектирования турпродукта.
34. Характеристики, подкрепляющие качество туристских услуг.
35. Туристский рынок: его особенности и характеристики и основные элементы.
36. Охарактеризуйте основные этапы маркетингового исследования туристского рынка.
37. Уровни анализа туристского рынка.
38. Стратегии конкурентной борьбы в практике туроперейтинга.
39. Маркетинговое исследование потребительского рынка и дифференциация туров операторов.
40. Факторы, образующие маркетинговую среду туроператора.
41. Факторы внешней и внутренней среду туроперейтинга.
42. Критерии сегментирования туристского рынка.
43. Позиционирование и его цели.
44. Позиционирование туров и туроператоров.
45. Ошибки туроператоров при определении рыночной позиции.
46. Программа обслуживания.
47. Подходы к разработке программы туристского обслуживания.
48. Комплексные и тематические программы обслуживания.
49. Принципы составления тематических туристских программ.
50. Этапы процесса планирования туров.
51. Деятельность российского отправляющего / принимающего туроператора.
52. Договорной план тура и основные принципы его составления.
53. Процедура идентификации поставщиков туристских услуг.
54. Основные реквизиты, входящие в договор с поставщиками услуг.
55. Документы, получающие на руки туристом при покупке тура.
56. Оформление договора о реализации туристского продукта.
57. Элементы туристского ваучера.
58. Правила оформления туристской путевки.
59. Туристский договор и разновидности договоров.
60. Особенности оформления туристских договоров.
61. Способы заключения туристских договоров.
62. Договоров между отправляющим и принимающим туроператором.
63. Условия договора о реализации турпродукта.

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

64. Анализ договора о реализации туристского продукта.
65. Контроль качества и приемы оценки качества туристского обслуживания.
66. Гарант и пятиступенчатая модель качества туристского обслуживания.
67. Категории жалоб в туризме. Туристский рэкет.
68. Оформление претензий.
69. Формы взаимодействия турфирм с авиакомпаниями.
70. Элементы договора чартера.
71. Права и обязанности, устанавливаемые договором воздушной перевозки.
72. Формы сотрудничества туроператора и предприятий железнодорожного транспорта.
73. Особенности организации железнодорожных туров.
74. Работа туроператора с автотранспортными предприятиями.
75. Формы взаимодействия туроператора с судовладельцами.
76. Специфика оформления документации морского и речного круизов.
77. Схема сотрудничества туроператора и гостиниц.
78. Разновидности договоров туроператора с предприятиями размещения и питания.
79. Документация для оформления экскурсионного обслуживания.

Вопросы к экзамену (8 семестр).

1. Цена и ее функции. Факторы, влияющие на процесс ценообразования в сфере туризма.
2. Уровни ценообразования в туроперейтинге.
3. Факторы от которых зависит цена продажи на туристские услуги.
4. Ценовая политика и ее этапы..
5. Методы ценообразования.
6. Себестоимость турпродукта и ее затраты.
7. Примерная структура себестоимости турпродукта.
8. Калькуляционные статьи, по которым группируются затраты туроператора.
9. Классификация затрат туроператора.
10. График безубыточности туристского продукта.
11. Агентские и операторские цены.
12. Структура окончательной цены турпродукта.
13. Норма прибыли и ее определение.
14. Определение критической точки рентабельности деятельности туроператора.
15. Расчеты нулевой рентабельности на уровне группового тура и на уровне фирмы.
16. Метод нормативной калькуляции.
17. Туристская реклама. Классификация туристской рекламы, ее функции и значения для туроператора.
18. Личная продажа. Основные стили личной продажи и ее стадии.
19. Разработка программы стимулирования сбыта.
20. Стимулирование турагентов и потребителей туристских услуг туроператором.
21. Сущность и содержание туристской пропаганды.
22. Направления и средства туристской пропаганды.
23. Формирование и систематизация ассортимента у туроператора.
24. Основные варианты продвижения турпродукта на рынок.
25. Преимущества выставок для туристских фирм. Особенности туристских выставок.
26. Функции и классификация выставочных мероприятий.
27. Этапы подготовки туроператора к участию в выставке.
28. Способы организации выставочного пространства. Выставочный стенд и его функции.
29. Организация работы туроператора на выставке.
30. Оценка эффективности участия туроператора на выставке.
31. Агентское соглашение.
32. Преимущества работы туроператора с турагентами.

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

33. Функции турагентов и их классификация.
34. Принципы взаимоотношений туроператора с агентами, работающими по рискованым/безрисковым схемам.
35. Стратегии создания агентских сетей.
36. Способы стимулирования агентских сетей.
37. Разновидности каталогов туроператора.
38. Правила работы с каталогами туроператора.

5. Критерии оценивания по формам промежуточного контроля (аттестации)

На основании разработанной компетентностной модели выпускника образовательные цели представлены в виде набора компетенций как планируемых результатов освоения образовательной программы. Определение уровня достижения планируемых результатов освоения образовательной программы осуществляется посредством оценки уровня сформированности компетенции и оценки уровня успеваемости обучающегося по пятибалльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «зачтено», «не зачтено»).

Основными критериями оценки в зависимости от вида работы обучающегося являются: сформированность компетенций (знаний, умений и владений), степень владения профессиональной терминологией, логичность, обоснованность, четкость изложения материала, ориентирование в научной и специальной литературе.

Промежуточная аттестация

Уровень сформированности компетенции	Уровень освоения дисциплины	Критерии оценивания обучающихся (работ обучающихся)
		зачет
Высокий	отлично (зачтено)	расширенное знание и понимание теоретического содержания дисциплины; использование новых ресурсов (технологий, средств) в решении профессиональных задач; увеличение доли собственного участия в профессиональных практических видах деятельности, не предусмотренных образовательной программой; расширение среды профессиональной деятельности, не предусмотренной образовательной программой; наличие навыков системной оценки качества своей профессиональной деятельности

ФОС	Редакция 1	СМК-ФОС-В1.П2-2019
Рабочая программа по дисциплине Б.1.В.15 «Туроператорская и турагентская деятельность» направление подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль – «Социально-культурный сервис»		

Базовый	хорошо (зачтено)	полное знание и понимание теоретического содержания дисциплины; достаточная сформированность практических умений, продемонстрированная в ходе осуществления профессиональной деятельности как в учебной, так и реальной практик; наличие навыков оценивания собственных достижений, определения проблем и потребностей в конкретной области профессиональной деятельности
Пороговый	удовлетворительно (зачтено)	понимание теоретического содержания дисциплины с незначительными пробелами; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, наличие мотивационной готовности к самообразованию, саморазвитию
Компетенции не сформированы	неудовлетворительно (не зачтено)	отсутствует понимание теоретического содержания дисциплины, несформированность практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, отсутствие мотивационной готовности к самообразованию, саморазвитию