

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры сервиса и
туризма
Протокол № 10 от 26.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.15 Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности
Направление подготовки:	43.03.02 Туризм
Направленность (профиль):	Международный туризм
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Черных Н. Б.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:*Цель освоения дисциплины:*

сформировать у обучающихся систему знаний о технологии формирования, продвижения, реализации туристских услуг с использованием современных технических средств, о методах, правилах и приёмах предоставления туристских услуг рецептивным туроператором и умений применять полученные знания в профессиональной деятельности в туристской индустрии.

Задачи дисциплины:

сформировать систему знаний об основах проектирования, организации и реализации стратегий и программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей;

- сформировать знания об основах организации деятельности туристских фирм – турагентов;
- сформировать навыки анализа технологии взаимодействия фирм-турагентов на туристском рынке с другими субъектами;
- выработать навыки продвижения и реализации туристских продуктов на туристском рынке фирмами-турагентами;
- выработать способности к анализу проблемных ситуаций в туристской индустрии, практиковать меры по их предупреждению и преодолению;
- сформировать умения классифицировать услуги и давать им характеристики;
- сформировать способности координации действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии • сформировать навыки оценки рынков сбыта, потребителей, клиентов, конкурентов в туристской индустрии;
- сформировать навыки создания нового туристского продукта и услуг с использованием современных технологий и методов проектирования;
- выработать способность оценивать удовлетворенность потребителей услугами туристской индустрии, соответствия стандартов качества на предприятиях туристской индустрии требованиям нормативной документации.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-2 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий	ПК-2.1 Знает технологию формирования туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста, в том числе в международном туризме.	Требования к должностям «Директор туристского агентства», «Директор туроператорской организации», «Директор (управляющий) экскурсионным бюро» (ЕКС должностей руководителей, специалистов и служащих)
	ПК-2.2 Умеет организовывать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг, в том числе и в международном туризме.	
	ПК-2.3 Способен вести переговоры с партнерами и согласовывать условия взаимодействия по реализации туристских продуктов, в том числе и на международном уровне.	

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-4 Способен рассчитывать и анализировать затраты деятельности организации туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения	ПК-4.1 Знает технологию разработки управленческих решений на основе результатов анализа деятельности туристского предприятия и предпочтений потребителя, в том числе и в между-народном туризме.	Требования к должностям «Директор туристского агентства», «Директор туроператорской организации», «Директор (управляющий) экскурсионным бюро» (ЕКС должностей руководителей, специалистов и служащих)
	ПК-4.2 Умеет составлять сметы и формировать стоимость туристских услуг, в том числе и в международном туризме.	
	ПК-4.3 Способен участвовать в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов с обоснованием эффективности управленческих решений, в том числе и в между-народном туризме.	
ПК-5 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ПК-5.1 Знает методы продвижения туристского продукта как на внут-ренний, так и международный уровень.	Требования к должностям «Директор туристского агентства», «Директор туроператорской организации», «Директор (управляющий) экскурсионным бюро» (ЕКС должностей руководителей, специалистов и служащих)
	ПК-5.2 Умеет осуществлять проведение мероприятий по продвиже-нию туристского продукта, как на внутренний, так и междуна-родный рынки.	
	ПК-5.3 Способен осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных ка-налов, разрабатывать мероприятия по корректировке реклам-ных кампаний как на внутреннем, так и международном рын-ках.	
ПК-6 Способен осуществлять внутренние и внешние профессиональные ком-муникации	ПК-6.1 Знает методы ведения переговоров с туристами, особенности согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг, в том числе и в между-народном туризме.	Требования к должностям «Директор туристского агентства», «Директор туроператорской организации» (ЕКС должностей руководителей, специалистов и служащих)
	ПК-6.2 Умеет обеспечивать информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия, в том чис-ле и в международном туризме.	
	ПК-6.3 Способен обеспечивать взаимодействие с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кас-сами продажи билетов, и иными сторонними организациями, в том числе и в международном туризме.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-2.1. Знает технологию формирования туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста, в том числе в международном туризме.	Знает особенности формирования туристского продукта, применения информационных технологий при реализации турпродукта
ПК-2.2. Умеет организовывать продажу туристского продукта и от-дельных туристских услуг, в том числе и в международном туризме.	Умеет применять правила реализации турпродукта
ПК-2.3. Способен вести переговоры с партнерами и согласовывать условия взаимодействия по реализации туристских продуктов, в том числе и на международном уровне.	Владеет методами взаимодействия между участниками туристского рынка

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-4.1. Знает технологию разработки управленческих решений на основе результатов анализа деятельности туристского пред-приятия и предпочтений потребителя, в том числе и в между-народном туризме.	Знает структурную модель туристско-экскурсионного обслуживания, в том числе и в международном туризме
ПК-4.2. Умеет составлять сметы и формировать стоимость туристских услуг, в том числе и в международном туризме.	Умеет формировать стоимость туристских услуг, в том числе и в международном туризме
ПК-4.3. Способен участвовать в разработке текущих и перспективных планов реализации туристских продуктов с обоснованием эф-фективности управленческих решений, в том числе и в между-народном туризме.	Владеет технологической структурной схемой формирования туристского путешествия.
ПК-5.1. Знает методы продвижения туристского продукта как на внут-ренний, так и международный уровень.	Знает критерии сегментирования международного туристского рынка
ПК-5.2. Умеет осуществлять проведение мероприятий по продвиже-нию туристского продукта, как на внутренний, так и междуна-родный рынки.	Умеет применять концентрированный и дисперсный методы поиска сегментов международного туристского рынка.
ПК-5.3. Способен осуществлять оценку эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбор наиболее эффективных ка-налов, разрабатывать мероприятия по корректировке реклам-ных кампаний как на внутреннем, так и международном рын-ках.	Владеет методами оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения туристского продукта
ПК-6.1. Знает методы ведения переговоров с туристами, особенности согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг, в том числе и в между-народном туризме.	Знает технолого-методическое обеспечение туристского путешествия, в том числе и в международном туризме
ПК-6.2. Умеет обеспечивать информационное консультирование и сопровождение клиентов туристского предприятия, в том чис-ле и в международном туризме.	Умеет работать с рабочими документами сопровождения туристского путешествия, правила их оформления
ПК-6.3. Способен обеспечивать взаимодействие с турагентствами, туроператорами, экскурсионными бюро, гостиницами и кас-сами продажи билетов, и иными сторонними организациями, в том числе и в международном туризме.	Владеет механизмами взаимодействия туроператорских фирм с предприятиями - поставщиками услуг

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-2.1 ПК-4.1 ПК-5.1 ПК-6.1	ПК-2.2 ПК-4.2 ПК-5.2 ПК-6.2	ПК-2.3 ПК-4.3 ПК-5.3 ПК-6.3
1	Введение. Понятийная база туристского бизнеса. Туроператорские фирмы.	ПК-2	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
2	Туристские фирмы – Турагенты	ПК-2	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-2.1 ПК-4.1 ПК-5.1 ПК-6.1	ПК-2.2 ПК-4.2 ПК-5.2 ПК-6.2	ПК-2.3 ПК-4.3 ПК-5.3 ПК-6.3
3	Структурная модель туристско-экскурсионного обслуживания (ТЭО).	ПК-2	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
4	Продвижение туристского продукта.	ПК-2 ПК-5	Тестирование №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
5	Реализация туристского продукта.	ПК-2 ПК-4 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
6	Технологическая структурная схема формирования туристского путешествия.	ПК-2 ПК-4 ПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
7	Технологическое обеспечение туристского путешествия	ПК-2 ПК-4	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
8	Организация приема туристов	ПК-2 ПК-4 ПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
9	Особенности обслуживания различных групп населения. Обслуживание детских групп.	ПК-2 ПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №2 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Введение. Понятийная база туристского бизнеса. Туроператорские фирмы. Постановка учебного курса. Нормативно-правовая база современного туризма. Основные понятия турбизнеса, их сущность. Туристские фирмы - Туроператоры, классификация, качество туристского обслуживания, квалификационные требования к сотрудникам.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Введение. Понятийная база туристского бизнеса. Туроператорские фирмы.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Туристские фирмы – Турагенты Понятийная база туристского бизнеса. Турагентские фирмы, классификация, квалификационные требования к сотрудникам. Модель покупательского поведения, процесс принятия решения о покупке. Турист как покупатель туристского продукта.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Туристские фирмы – Турагенты.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Структурная модель туристско-экскурсионного обслуживания (ТЭО).</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Рынок туристских услуг, его объекты и субъекты. Взаимодействие между участниками туристского рынка. Турист: нормативное определение и сущность понятия, классификация. Особенности современного туриста и их учёт при планировании программы путешествия.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Структурная модель туристско-экскурсионного обслуживания (ТЭО).</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: Продвижение туристского продукта. Понятие сегментирования туристского рынка. Критерии сегментирования: географический, геодемографический, социально-экономический, психографический, поведенческий. Многомерное сегментирование. Требование к рыночному сегменту, ограничения сегментирования. Концентрированный и дисперсный методы поиска сегментов туристского рынка.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Продвижение туристского продукта.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 5: Реализация туристского продукта. Реализация турпродукта: сущность понятия, особенности, договор купли-продажи с клиентом, существенные условия договора. Туристская путёвка и туристский ваучер. Достоверная информация о потребительских свойствах турпродукта. Правила реализации турпродукта, комплект документации. Нетрадиционные формы реализации турпродукта. Применение информационных технологий при реализации турпродукта. Аннуляция договора купли-продажи с клиентом.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Реализация туристского продукта.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 6: Технологическая структурная схема формирования туристского путешествия. Формирование туристского продукта: нормативное определение и сущность понятия. Особенности взаимодействия туроператорских фирм с предприятиями - поставщиками услуг.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Технологическая структурная схема формирования туристского путешествия.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 7: Технологи-методическое обеспечение туристского путешествия Технологическая карта туристского путешествия и информационный листок. Рабочие документы сопровождения туристского путешествия, правила их оформления</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Технологи-методическое обеспечение туристского путешествия.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 8: Организация приёма туристов Технологические схемы организации встречи и размещения туристов, организации питания, организации экскурсионного и музейного обслуживания, организации отъезда.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Организация приёма туристов.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 9: Особенности обслуживания различных групп населения. Обслуживание детских групп. Обслуживание детских групп. Коммуникативное поведение российских туристов. Проблемы межкультурной коммуникации при обслуживании иностранных туристов. Качество обслуживания и его оценка. Инструктор - проводник принимающей турфирмы.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Особенности обслуживания различных групп населения. Обслуживание детских групп</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Курсовая работа: примерный перечень тем курсовой работы представлен в п.9.</p>

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	67	67
Курсовая работа	18	18

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Другие виды самостоятельной работы*	49	49
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	41	41
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	36	36
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР		
			Лек	Пр	Лаб			
1	Введение. Понятийная база туристского бизнеса. Туроператорские фирмы.	7	2	2	0	6	2	
2	Туристские фирмы – Турагенты	7	2	2	0	6	2	
3	Структурная модель туристско-экскурсионного обслуживания (ТЭО).	7	2	2	0	6	2	
4	Продвижение туристского продукта.	7	2	2	0	6	2	
5	Реализация туристского продукта.	7	2	2	0	6	2	
6	Технологическая структурная схема формирования туристского путешествия.	7	2	2	0	6	2	
7	Технологическое обеспечение туристского путешествия	7	2	2	0	5	2	
8	Организация приёма туристов	7	2	2	0	4	2	
9	Особенности обслуживания различных групп населения. Обслуживание детских групп.	7	2	2	0	4	2	
Итого:			18	18	0	49	18	
Курсовая работа:			-	-	-	18	18	
Итого (с учётом курсовой работы):			18	18	0	67	36	

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 8
Аудиторные занятия (АЗ):	10	10
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	119	119
Курсовая работа	18	18
Другие виды самостоятельной работы*	101	101
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6
Контактная работа (КоР)	16	16
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	144/4	144/4

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР		
			Лек	Пр	Лаб			
1	Введение. Понятийная база туристского бизнеса. Туроператорские фирмы.	8	2	0	0	11	2	
2	Туристские фирмы – Турагенты	8	0	0	0	11	2	

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
3	Структурная модель туристско-экскурсионного обслуживания (ТЭО).	8	0	0	0	11	2
4	Продвижение туристского продукта.	8	0	2	0	11	2
5	Реализация туристского продукта.	8	0	0	0	11	2
6	Технологическая структурная схема формирования туристского путешествия.	8	2	0	0	11	2
7	Технологическое обеспечение туристского путешествия	8	0	2	0	11	2
8	Организация приёма туристов	8	0	0	0	12	2
9	Особенности обслуживания различных групп населения. Обслуживание детских групп.	8	0	2	0	12	2
Итого:			4	6	0	101	18
Курсовая работа:			-	-	-	18	18
Итого (с учётом курсовой работы):			4	6	0	119	36

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

2. МЕНЕДЖМЕНТ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ 2-е изд., пер. и доп. Учебное пособие для вузов / Феденева И. Н., Нехорошков В. П., Комарова Л. К. ; Отв. ред. Нехорошков В. П. - Сибирский государственный университет путей сообщения (г. Новосибирск), 2022 г. - 205 с. - ISBN 978-5-534-06479-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/menedzhment-v-socialno-kulturnom-servise-i-turizme-491576>

2. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Игнатъева И. Ф. - Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения (г. Санкт-Петербург); Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена (Герценовский университет) (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 392 с. - ISBN 978-5-534-13873-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-turistskoy-deyatelnosti-490605>

3. ПРАВОВОЕ И НОРМАТИВНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА. Учебник и практикум для вузов / Бугорский В. П. - Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва), 2022 г. - 165 с. - ISBN 978-5-9916-9313-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/pravovoe-i-normativnoe-regulirovanie-v-industrii-gostepriimstva-491591>

Дополнительная литература:

1. МЕНЕДЖМЕНТ В ТУРИЗМЕ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Скобкин С. С. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва), 2022 г. - 366 с. - ISBN 978-5-534-07713-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/menedzhment-v-turizme-492676>

2. БЕЗОПАСНЫЙ ОТДЫХ И ТУРИЗМ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Отв. ред. Суворова Г. М. - Ярославский государственный педагогический университет имени К.Д. Ушинского (г. Ярославль), 2022 г. - 195 с. - ISBN 978-5-534-11091-3 – Режим доступа:

<https://urait.ru/book/bezopasnyu-otdyh-i-turizm-491461>

3. **ОСНОВЫ ТУРИЗМА.** Учебник для вузов / Стахова Л. В. - Российский государственный университет туризма и сервиса (пгт. Черкизово)., 2022 г. - 327 с. - ISBN 978-5-534-14912-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-turizma-485437>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа
6. Само-тур
7. АРС "Сирена-Трэвел"

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный
2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный
3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный
4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный
5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arhiv.neicon.ru. - Текст: электронный
6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный
7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный
8. Экономический портал [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://institutiones.com>. - Текст: электронный
9. Турбизнес [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.tourbus.ru>. - Текст: электронный
10. [Russia.travel](https://russia.travel) [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://russia.travel>. - Текст: электронный
11. Живая карта: все о туризме, отдыхе и путешествиях [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.2g.ru>. - Текст: электронный
12. [Hotelier.PRO](https://hotelier.pro) [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://hotelier.pro>. - Текст: электронный
13. [ЭкстраГид.ру](https://extraguide.ru) [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://extraguide.ru>. - Текст: электронный
14. Министерство экономического развития Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://economy.gov.ru>. - Текст: электронный
15. Министерство иностранных дел Российской Федерации (МИД России): профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://www.mid.ru>. - Текст: электронный
16. [Executive.ru](https://www.executive.ru): профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.executive.ru>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа – практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, выполнения курсового проекта, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий – «Тренажерный комплекс «Туристский центр» – оборудованная наглядным учебным оборудованием: рабочие места менеджера турфирмы, персональные компьютеры с подключением к сети интернет, многофункциональное устройство, факс, мебель для размещения посетителей, стойка, стеллаж, сейф мебельный, канцелярские принадлежности, физическая карта России; лицензионным программным обеспечением

3. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий – компьютерный класс, оборудованный рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

4. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

5. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Тестирование №1

Часть 1

Вариант №1

1. Нормативным документом, из перечня услуг которого следует составлять туристский продукт, является

- А) ГОСТ Р 50690-2000 "Туристские услуги. Общие требования"
- В) Общероссийский классификатор услуг населению" ОК -93
- С) ГОСТ Р 56081-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг"
- Д) ГОСТ 30335-95/ГОСТ Р 50646-94 Услуги населению. Термины и определения

2. Возможный мотив (цель) туристского путешествия определяется в документе, который называется

- А) Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в РФ"
- В) ГОСТ Р 50690-2000 "Туристские услуги. Общие требования"
- С) Общероссийский классификатор услуг населению" ОК -93
- Д) ГОСТ Р 56081-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг"

3. Туристская фирма, которая должна иметь финансовое обеспечение своей деятельности, называется

А) турагентом

В) туроператором

С) туроператором и турагентом

Д) филиалом туроператора

4. Часть цены сделки, которую турагент переводит туроператору в качестве гарантии окончательных расчетов и которая не может быть отозвана в случае расторжения сделки по вине стороны, внесшей эту сумму, называется

А) задатком

В) депозитом

С) авансом

Д) предоплатой

5. Технологический документ, на основе которого создают все туристские документы, называется

А) Информационным листком

В) Памяткой туристу

С) Технологической картой туристского путешествия

Д) Общероссийским классификатором услуг населению" ОК -93

6. Количество этапов планирования, содержащих программу обслуживания туристского путешествия, составляет

А) три

В) четыре

С) пять

Д) два

7. Наиболее типичным договором для туристских фирм по организации индивидуального туризма является договор

А) о квоте мест без гарантии заполнения

В) о твердой закупке мест с полной оплатой

С) о текущем бронировании

Д) о бронировании

8. Ответственность за достоверность информации, содержащейся в каталогах, рекламных листовках и объявлениях, касающихся продажи турпродукта в соответствие с российским законодательством, несёт

А) турагент и туроператор

В) турагент

С) туроператор

Д) рекламный отдел Ростуризма

9. Составляющими частями, образующими технологическую карту туристского путешествия, являются

А) основные показатели маршрута

В) график загрузки

С) программа обслуживания

Д) памятка туристу

10. Элементами транспортной экскурсии, которые следует указывать в информационном листке, являются

А) маршрут экскурсии

В) перечень объектов показа

С) продолжительность (ч)

Д) протяженность (км)

Вариант №2

1. Датой отмены лицензирования турагентской и туроператорской деятельности является 1

января ____ года

A) 2005

B) 2007

C) 2009

D) 1996

2. Нормативный документ, в котором отражено требование о предоставлении туристу памятки, содержащей необходимую и достоверную информацию, называется

A) ГОСТ Р 50690-2000 "Туристские услуги. Общие требования"

B) Общероссийский классификатор услуг населению" ОК -93

C) ГОСТ Р 56081-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг

D) Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в РФ"

3. Тип туристских услуг, составляющих туристский продукт, определяется документом называемым

A) Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в РФ"

B) ГОСТ Р 50690-2000 "Туристские услуги. Общие требования"

C) Общероссийский классификатор услуг населению" ОК -93

D) ГОСТ Р 56081-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг"

4. Нормативный документ, в котором отражено требование разработки информационного листка к туристскому путешествию, называется

A) ГОСТ Р 50690-2000 "Туристские услуги. Общие требования"

B) Общероссийский классификатор услуг населению" ОК -93

C) ГОСТ Р 56081-94 "Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг

D) Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в РФ"

5. Туроператор информирует партнёров и клиентов о наличии у него финансового обеспечения деятельности, сообщая

A) регистрационный номер в Едином Федеральном реестре туроператоров

B) о своём членстве в Российском союзе туриндустрии

C) сумму финансовых гарантий

D) о финансовом обеспечении на сайте

6. К семейному обслуживанию по классу "туристский" на оздоровительном маршруте предъявляются требования о наличии

A) собственной озеленённой территории с оборудованными детскими спортивными площадками

B) помещений для игр детей под присмотром, помещений для отдыха и досуга

C) небольшого зелёного участка

D) помещений для спортивных занятий элитарного типа

7. По виду деятельности классифицируются туроператоры

A) массового рынка

B) специальных мест размещения

C) внутренние

D) рецептивные

8. Расчёт между турфирмами, который подтверждает права туриста на комплекс оплаченных услуг происходит на основании

A) договора о реализации туристского продукта

B) туристской путёвки

C) ваучера

D) технологической карты

9. Договор между предприятием питания и туроператором не заключается, если питание

- А) организуется вне средства размещения туристов
 - В) не входит в контракт с гостиничным предприятием
 - С) питание организуется как услуга предприятия размещения
 - Д) питание организуется в пути
10. В методике составления маршрутов набор услуг без распределения по конкретным дням обслуживания учитывает ____ тур (туры)
- А) заказной
 - В) групповой
 - С) заказной и групповой
 - Д) массовый

Вариант №3

1. Взаимоотношения гостиничных предприятий с туроператорами регулируют
- А) Международная гостиничная конвенция
 - В) Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации
 - С) Гражданский кодекс РФ
 - Д) Конституция
2. Калькуляцией туристского продукта называется
- А) расчёт стоимости туристского продукта
 - В) расчёт безубыточности производства
 - С) определение маржинальной прибыли фирмы
 - Д) расчёт стоимости тура
3. Туристский технологический документ, который позволяет представить схему взаимодействия работников туристской фирмы по обеспечению услуг в процессе туристского путешествия, называется
- А) информационным листком
 - В) договорным планом
 - С) договором о реализации туристского продукта
 - Д) технологической картой
4. Элементами, относящимися к переменным затратам предприятия, являются
- А) стоимость услуг питания
 - В) стоимость услуг проживания
 - С) стоимость аренды офиса
 - Д) стоимость услуг гида-экскурсовода
5. Информацией, которая обязательно указывается в информационном листке, является
- А) перечень платных дополнительных услуг
 - В) информация о возрастных ограничениях, приеме родителей с детьми, семейных пар
 - С) адрес туристского предприятия, в котором начинается туристское путешествие и проезд до него
 - Д) описание трассы путешествия
6. Утверждение: «Сегодня электронный билет в системе СБВТ может быть выписан только в случае, если весь перелет осуществляется одной авиакомпанией» является _____ утверждением
- А) правильным
 - В) неправильным
 - С) частично правильным
 - Д) частично неправильным
7. Вид туристской деятельности, в процессе которой разрабатывается договорное обеспечение поставок изделий и услуг, составляющих туристский продукт, называется _____ туристского путешествия
- А) формированием
 - В) планированием

С) реализацией

D) продвижением

8. Задачами, которые относятся к составляющим менеджмента обслуживания туристов, обеспечивающим приоритеты в работе туроператора, являются

A) обеспечение достоверной информации

B) обеспечение постоянной оперативной связи туроператора с поставщиками

C) предоставление страховых гарантий туристам от наиболее надежного и выгодного для туристов страховщика

D) предоставление дополнительных услуг

9. Необязательными элементами технологической карты являются показатели

A) начала обслуживания на маршруте первой группы
B) начала обслуживания на маршруте второй группы
C) конца обслуживания на маршруте второй группы
D) конца обслуживания последней группы

10. Договор о реализации туристского продукта формирует

A) удовлетворение потребностей клиентов в туристском путешествии

B) удовлетворение гражданских прав потребителей

C) предоставление комплекса туристских услуг

D) предоставление информации об услугах

Вариант №4

1. Тип договора между турагентом и туроператором, согласно которому турагент заблаговременно скупает блоки мест у операторов, с целью дальнейшей их перепродажи, называется

A) договором франшизы

B) ритейловым договором

C) брокерским договором

D) дилерским договором

2. Неотъемлемой частью договора о реализации туристского продукта являются

A) информационный листок

B) памятка туристу

C) туристская путёвка

D) рекламный буклет

3. Элементом, не входящим в состав договорного плана, является

A) информационный листок

B) сроки заключения договоров

C) особые сведения

D) перечень услуг

4. О качестве туристской услуги свидетельствует

A) оценка туриста

B) сертификат соответствия

C) мнение туроператора

D) цена на туристскую услугу

5. Новый тип потребителя на российском рынке туристских услуг сформировала психолого-поведенческая особенность, которая формулируется как

A) высокий уровень информированности

B) физическая и умственная пассивность на отдыхе

C) ориентация на групповые маршруты

D) возможность отдохнуть недорого

6. Приоритеты стратегических целей в обслуживании направлены на

A) достижение положительного имиджа туроператора

В) формирование постоянной клиентуры

С) устойчивую финансовую позицию на рынке

Д) все выше сформулированные цели

7. Элементами, которые следует учитывать в первую очередь при составлении маршрута туристского путешествия, являются

А) возможности туриста

В) возможности турфирмы

С) состояние инфраструктуры туристского центра

Д) наличие разрешения на турперевозки

8. Безадресным направлением продвижения турпродукта является

А) рекламная деятельность

В) деятельность по поддержке продаж

С) формирование общественного мнения

Д) деятельность, направленная на конкретного клиента

9. Утверждение: «Поставщики туристских услуг могут произвести взаиморасчёт с помощью туристской путёвки» является _____ утверждением

А) правильным

В) неправильным

С) частично правильным

Д) частично неправильным

10. Утверждение: «Поставщики туристских услуг могут произвести взаиморасчёт с помощью туристского ваучера» является _____ утверждением

А) правильным

В) неправильным

С) частично правильным

Д) частично неправильным

Ключи ответов

Вариант №1

Номер задания	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вариант ответа	D	A,C	C	A	D	B	C	C	A,B,C	A,B,C

Вариант №2

Номер задания	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вариант ответа	B	A	B	C	A	A,B	A,B	C	C	A

Вариант №3

Номер задания	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вариант ответа	A,B	A	C	A,B	A,C,D	A	A	A,B,C	B,C	A,C

Вариант №4

Номер задания	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вариант ответа	C	A,C	A	A,B	A	D	B,C	A	B	A

Часть 2

Вариант №1

Задание 1.

Двумя приоритетными направлениями государственного регулирования туризма в Российской Федерации являются

А) Выездной туризм

В) Внутренний туризм

С) Коммерческий туризм

D) Въездной туризм

Задание 2.

Руководство Федеральным агентством по туризму РФ осуществляет

A) Правительство РФ

B) Министерство экономического развития и торговли РФ

C) Министерство финансов РФ

D) Министерство иностранных дел РФ

Задание 3.

Сущностным определением туризма, прописанным в законе РФ «Об основах туристской деятельности» является следующее

A) Туризм - это путешествие за пределами обычной среды туриста

B) Туризм - это путешествие на срок не более 12 месяцев

C) Туризм - это путешествие с любой целью, кроме занятия деятельностью, оплачиваемой из источников в посещаемом месте

D) Туризм - это совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и работы

Задание 4.

Путешествие через территорию третьего государства в страну основного пребывания называется

A) Транзитный туризм

B) Неорганизованный туризм

C) Инсентив-туризм

D) Массовый туризм

Задание 5.

Туризм выполняет следующие основные функции

A) Технологическая

B) Гуманитарная

C) Социальная

D) Экономическая

Задание 6.

К основным элементам системы отношений в туризме относятся

A) Туристы

B) Студенты специализированных учебных заведений

C) Туристские ресурсы

D) Государственные структуры

Задание 7.

Характеристика, присущая туристским услугам, которую необходимо учитывать при разработке маркетинговых программ

A) Непостоянство качества

B) Быстрота потребления

C) Специфичность

D) Доходность

Задание 8.

Единственным в Сибири кремлем и уникальным деревянным зодчеством известен город:

A) Тобольск;

B) Кузнецк;

C) Новосибирск;

D) Красноярск

Задание 9.

Укажите субъект Российской Федерации, в котором нет ни одного объекта всемирного наследия:

- А) Республика Алтай;
- В) Иркутская область;
- С) Камчатский край;
- Д) Якутия.

Задание 10.

Остров Кижи с расположенным на нем историко-архитектурным комплексом находится в акватории:

- А) Белого моря;
- В) Ладожского озера;
- С) Онежского озера;
- Д) Балтийского моря.

Вариант №2

Задание 1.

Основой разработки туристской программы является:

- А) Главная цель путешествия;
- В) Контингент, на который ориентирована программа;
- С) География путешествия;
- Д) Продолжительность путешествия.

Задание 2.

В основу деления туризма на активный и пассивный положены:

- А) Используемые средства передвижения и активность туриста в процессе путешествия;
- В) Платёжеспособность контингента, на который ориентирована программа;
- С) Главная цель путешествия и география путешествия;
- Д) Продолжительность путешествия возраст туриста.

Задание 3.

К социальным факторам, влияющим на развитие туристского рынка, относятся

- А) Семейное положение
- В) Увеличение продолжительности свободного времени
- С) Уровень образования населения
- Д) Рост населения

Задание 4.

Наибольшую склонность к активным формам туризма проявляют

- А) Лица в возрасте 30-50 лет
- В) Лица в возрасте 30-45 лет
- С) Лица в возрасте 30-55 лет
- Д) Лица в возрасте 18-30 лет

Задание 5.

Для модели специалиста зрелищно-развлекательной туранимации характерны такие личностные качества, как:

- А) Находчивость, наблюдательность, качества прирожденного лидера;
- В) Коммуникабельность, артистизм, эмоциональность;
- С) Память, эстетический вкус, интеллект.
- Д) Артистизм.

Задание 6.

Туристские формальности обычно группируются следующим образом:

- А) Финансовое обеспечение, сертификация, стандарты обслуживания;
- В) Сертификация, валютный контроль, таможенные правила, ОЗП, визы;
- С) Медицинские, таможенные, валютный контроль, ОЗП, визы.
- Д) Визы, страховка, таможенные правила.

Задание 7.

Несовершеннолетний турист, родители которого разведены и выезжающий за границу, должен иметь при себе кроме паспорта нотариально оформленное согласие:

- А) Матери;
- В) Отца;
- С) Одного из родителей.
- Д) Любого из родственников.

Задание 8.

Для снижения отрицательного воздействия сезонных колебаний спроса туристские организации и предприятия работают в этих основных направлениях

- А) Сезонная дифференциация цен
- В) Повышение уровня квалификации персонала в туризме
- С) Развитие видов туризма с разными по сезону пиками и спадами спроса
- Д) Развитие видов туризма, не подверженных сезонным колебаниям

Задание 9.

К внутренним факторам, влияющим на развитие туристского рынка, относятся

- А) Инфляция
- В) Уровень экономического развития страны
- С) Внедрение компьютерной техники в туристский бизнес
- Д) Политика открытых границ

Задание 10.

Канал распределения туристского продукта — это

- А. Совокупность независимых организаций, вовлеченных в процесс производства туристской услуги
- В) Совокупность независимых организаций и индивидуальных потребителей, вовлеченных в процесс производства туристской услуги
- С) Совокупность организаций, объединенных общим правлением, вовлеченных в процесс производства туристской услуги, делающих туристский продукт доступным как для индивидуального потребителя, так и для фирм-пользователей
- Д) Совокупность индивидуальных потребителей, вовлеченных в процесс производства туристской услуги.

Вариант №3

Задание 1.

К каким функциям ТО и ТА относят функции, связанные с обслуживанием туристов на маршруте или в офисе при продаже пакетов туров:

- А) Комплектующим;
- В) Сервисным;
- С) Гарантийным.
- Д) Все ответы верны.

Задание 2.

Международный документ, принятый в 1989 г в Нидерландах, содержащий 10 принципов на которых базируются отношения в туристской сфере – это:

- А) Манильская декларация по мировому туризму;
- В) Глобальный кодекс этики туризма;
- С) Гаагская декларация по туризму;
- Д) Сеульская декларация.

Задание 3.

Регулирующим органом в сфере туризма в РФ является:

- А) Федеральное агентство по физической культуре и спорту;
- В) Регулирующие органы в субъектах федерации;

С) Министерство здравоохранения и муниципального развития;

Д) Министерство спорта, туризма и молодежной политики.

Задание 4.

Российская организация, полноправный член ВТО, на сегодняшний день занимающаяся созданием в России цивилизованного туристского рынка, поддержкой развития туризма в России и субъектах Федерации - это:

А) РСТ;

В) РАТА;

С) СЗРО РСТ;

Д) РГА.

Задание 5.

При оказании туристских услуг фирма должна обеспечить:

А) Приемлемый уровень риска для жизни и здоровья туристов как в обычных условиях, так и в чрезвычайных ситуациях (стихийных бедствиях и т.д.);

В) Совершенно безопасные условия проведения тура с исключением чрезвычайных ситуаций;

С) Дифференцированный уровень риска, зависящий от конкретных условий тура (спелеологического, приключенческого, сафари и т.д.).

Д) Все ответы верны.

Задание 6.

Технологический документ, который составляется в особых, необходимых случаях, например, при организации специализированных туров (приключенческих, спортивных - по снаряжению, сохранению здоровья и безопасности во время путешествия и т. д.) или в случае направления туристов в эндемичные страны - это:

А) Технологическая карта;

В) Паспорт маршрута;

С) Памятка туриста;

Д) Информационный листок.

Задание 7.

Класс туристского обслуживания как вариант обслуживания, который предусматривает размещение в гостиницах 2-3 звезд (зависит от страны), перелет экономическим классом регулярных авиарейсов (допускаются чартеры), питание по типу шведского стола, групповой трансфер (туристов встречает автобус, который и развозит их по гостиницам) - это:

А) «Люкс»;

В) Первый;

С) Туристский;

Д) Экономический.

Задание 8.

Класс туристского обслуживания - уровень обслуживания, предусматривающий размещение в гостиницах категорий 4-5 звезд, перелет бизнес-классом, отличную кухню и широкий выбор блюд, возможен вариант шведского стола, индивидуальный трансфер, кураторство гида - это:

А) «Люкс»;

В) Первый;

С) Туристский;

Д) Экономический.

Задание 9.

Деятельность, направленная на разработку и установление требований, норм, правил, характеристик как обязательных для выполнения, так и рекомендуемых, обеспечивающая право потребителя на приобретение туристских услуг надлежащего качества за приемлемую цену, а также право на безопасность и комфортность труда – это:

А) Лицензирование;

В) Стандартизация;

С) Сертификация;

Д) Гуманизация.

Задание 10.

Государственная поддержка туризма, являющегося важнейшим источником доходов, не предполагает:

А) Освобождение от налогов ТО, развивающих въездной и внутренний туризм;

В) Выделение бюджетных средств на продвижение внутреннего и въездного туризма;

С) Государственное финансирование наиболее значимых проектов в туризме;

Д) Освобождение от финансовых гарантий ТО, развивающих въездной туризм;

Вариант №4

Задание 1.

Туроператор – это:

А) Это юридическое лицо, осуществляющее деятельность по формированию, продвижению и реализации тура;

В) Это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий деятельность по формированию, продвижению и реализации тура;

С) Все ответы верны.

Д) Любая турфирма.

Задание 2.

Какие туроператоры (ТО) отправляют туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими операторами или напрямую с туристскими предприятиями:

А) Инициативные или аутгоинговые;

В) Рецептивные или инкаминговые.

С) Активные и пассивные;

Д) Все ответы верны.

Задание 3.

Какие туроператоры (ТО) занимаются приемом, комплектованием туров и программ обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые и договора с поставщиками услуг:

А) Инициативные или аутгоинговые;

В) Рецептивные или инкаминговые.

С) Активные и пассивные;

Д) Все ответы верны.

Задание 4.

Природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты - это:

А) Туристская индустрия;

В) Туристские ресурсы;

С) Туристские аттракции.

Д) Все ответы верны.

Задание 5.

Документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности - это:

А) Туристский ваучер;

В) Договор о реализации турпродукта;

С) Туристская путевка.

Д) Чек.

Задание 6.

Туризм, полностью или частично осуществляемый за счет бюджетных средств, средств государственных внебюджетных фондов (в том числе средств, выделяемых в рамках

государственной социальной помощи), а также средств работодателей- это туризм:

- A) Корпоративный;
- B) Социальный;
- C) Привилегированный.
- D) Все ответы верны.

Задание 7.

Деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие) - это:

- A) Формирование туристского продукта;
- B) Продвижение туристского продукта;
- C) Реализация туристского продукта.
- D) Все ответы верны.

Задание 8.

Профессионально подготовленное лицо, сопровождающее туристов и обеспечивающее их безопасность при прохождении туристских маршрутов – это:

- A) Турлидер;
- B) Инструктор-проводник;
- C) Сопровождающий группу.
- D) Сотрудник турфирмы.

Задание 9.

На какие две основные группы подразделяет ВТО средства размещения туристов:

- A) Индивидуальные;
- B) Смешанные;
- C) Коллективные;
- D) Персональные.

Задание 10.

Лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания – это:

- A) Путешественник;
- B) Турист;
- C) Экскурсант.
- D) Все ответы верны.

Ключи ответов

Вариант №1

Номер задания	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вариант ответа	B	A	A	A	B	A	C	C	C	B

Вариант №2

Номер задания	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вариант ответа	A	A	B	D	B	C	C	A	B	C

Вариант №3

Номер задания	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вариант ответа	A	B	C	D	A	A	C	C	B	B

Вариант №4

Номер задания	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Вариант ответа	A	A	B	B	C	B	A	B	A	B

Доклад, сообщение / Реферат №1

1. Паспортно-визовые формальности. Виды виз и порядок их выдачи.
2. Паспортный контроль. Правовое и документационное обеспечение визового и безвизового въезда иностранных граждан на территорию РФ.
3. Таможенные формальности и валютный декларация и таможенный контроль.
4. Медико-санитарные формальности.
5. Особенности ценообразования турпродукта в выездном, внутреннем и въездном видах туризма.
6. Основные модели построения правоотношений между туроператорами и турагентами.
7. Страсбургский информационный центр и его функции
8. Франкфуртская таблица штрафов
9. Новые правила по Шенгену
10. Туристский ваучер
11. Классификация туроператорских фирм
12. Классификация туристских автобусов
13. Ведущие международные туристские выставки
14. Технология проектирования тура и программа обслуживания. Пакет услуг.
15. Разработка и проведение туристических маршрутов.
16. Основные квалификационные требования, предъявляемые к менеджеру туристической фирмы.
17. Сущность и значение туристских формальностей. Технология составления и основное содержание документации туристов (путевка, ваучер, страховой полис, памятка).
18. Выбор поставщиков предприятиями гостиничной индустрии.
19. Классификация и требования, предъявляемые к предприятиям питания в туризме.
20. Виды перевозок туристов и их организация. Схемы взаимоотношений туроператора с различными транспортными компаниями.
21. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний.
22. Договорные отношения между туроператором и поставщиками туристских услуг.

Коллоквиум / Проект №1

Вариант 1.

Тема: Туристские документы.

Краткое содержание (цель) занятия: приобретение знаний по документообороту в турфирме.

Основные понятия: туристская путевка, бланк строгой отчетности, ваучер, заявка на бронирование, договор о реализации туристского продукта.

По индивидуальному заданию студенты составляют маршрут, программу тура; делают расчет себестоимости пакета услуг и стоимости тура;

Вариант 2.

Составить технологическую структурную схему формирования туристского путешествия.

Вариант 3.

Разработать проект экскурсии.

1. Разработать технические требования и нормируемые характеристики экскурсии.

2. Определить методы контроля качества проектируемой экскурсии.

3. Представить документы на проектируемую экскурсию.

Собеседование, опрос / Контрольная работа №1

1. Сущность и основные признаки сегментации.
2. Выбор целевого рынка.
3. Позиционирование на рынке.
4. Технология разработки и продвижения на российском рынке зарубежного турпродукта.
5. Договорные отношения туроператора с зарубежным партнером.
6. Разработка маршрута зарубежного тура и формирование зарубежного турпродукта для российских туристов.
7. Продвижение зарубежного турпродукта на российском рынке.
8. Договора с турагентствами. Договора с клиентами.
9. Основы технологии и организации въездного туризма в РФ.
10. Технология разработки и продвижения на зарубежных рынках отечественного турпродукта.
11. Технология и организация приема иностранных туристов в России.
12. Формы и каналы реализации турпродукта.
13. Собственные бюро продаж туроператора.
14. Контрагентская сеть.
15. Сбытовая политика.
16. Продажа туров через агентскую сеть.
17. Франчайзинговое соглашение.
18. Прием заказа на туристское обслуживание.
19. Предложение турпродукта клиенту.
20. Выбор турпродукта клиентом.
21. Оформление листа бронирования.
22. Выполнение заказа.

Собеседование, опрос / Контрольная работа №2

1. Проблемы межкультурной коммуникации при обслуживании иностранных туристов.
2. Качество обслуживания и его оценка потребителем.
3. Обслуживание детских групп.
4. Требования к организации работы персонала.
5. Информирование посетителей.
6. Прием заявок на бронирование тура.
7. Бронирование туров.
8. Оформление турдокументов.
9. Подбор персонала.
10. Функции подразделений.
11. Обязательные требования к персоналу.
12. Должностные обязанности.
13. Какие функции выполняет государство в рамках формирования и реализации туристской политики?
14. В чем состоит технология проектирования туров?
15. В чем состоит особенность образования туристского предприятия?
16. Какие формы взаимодействия существуют между авиакомпаниями и туристскими предприятиями? Дайте их характеристику.

17. Дайте краткую характеристику основным поставщикам услуг в туризме.

Деловая и (или) ролевая игра / Кейс-задача №1

Часть 1.

Составьте текст агентского соглашения туроператором и турагентством г. Санкт-Петербурга.

Часть 2. Вариант 1

Технологическое обеспечение туристского путешествия

Ситуация 1. Начиная туристская фирма, создавая тур в Таиланд, рассчитанный на высокий сезон, стремилась сделать его насыщенным и интересным. Включив в турпакет авиабилет, проживание в хорошей гостинице, трансферы, трёхразовое питание, несколько экскурсий, страховку с покрытием 30 тыс.\$ US, а также свою прибыль, фирма получила цену турпакета, равную 1799\$ US. Звонили клиенты, интересовались туром. Но фирма потерпела неудачу, продав в высокий сезон Нового года всего два турпакета.

По данному кейсу предлагается решить следующие задания:

- 1) Были ли в действиях туристской фирмы ошибки? Если нет, то почему она проиграла в конкурентной борьбе?
- 2) Если ошибки были, назовите их.
- 3) Каким образом можно было обеспечить приемлемый объём продаж туров в Таиланд?
- 4) Предложите свои варианты кейсов по теме «Технологическое обеспечение туристского путешествия».

Вариант 2

Ситуация 2. Турист Крылов оплатил туристской фирме «Фигус» снежное сафари на собачьих упряжках в одном из комфортабельных центров Финляндии – на курорте Вуокатти. Кроме того, он оплатил поездку сына в город Кухмо в деревню к Деду Морозу. Вместо этого ему предоставили сафари на снегоходах и не предоставили поездку сыну. Турист предъявил претензию туристской фирме.

По данному кейсу предлагается решить следующие задания:

- 1) Имеет ли право туристская фирма «Фигус» делать возврат денег из кассы по претензии туриста Крылова?
- 2) Как правильно оформлять возврат денег в случае претензии туриста?
- 3) Какие для этого нужны документы, каковы бухгалтерские записи?

Деловая и (или) ролевая игра / Кейс-задача №2

Вариант 3

Организация приёма туристов

Ситуация. Турист Крылов оплатил туристской фирме «Фигус» снежное сафари на собачьих упряжках в одном из комфортабельных центров Финляндии – на курорте Вуокатти. Кроме того, он оплатил поездку сына в город Кухмо в деревню к Деду Морозу. Вместо этого ему предоставили сафари на снегоходах и не предоставили поездку сыну. Турист предъявил претензию туристской фирме.

По данному кейсу предлагается решить следующие задания:

- 1) Имеет ли право туристская фирма «Фигус» делать возврат денег из кассы по претензии туриста Крылова?
- 2) Как правильно оформлять возврат денег в случае претензии туриста?

3) Какие для этого нужны документы, каковы бухгалтерские записи?

Вариант 4

Анализ программ и цен.

Краткое содержание (цель) занятия: получение представления об особенностях выбора возможных предложений при взаимодействии с покупателями услуг туриндустрии.

Основные понятия: специальное предложение оператора (СПО), калькуляция стоимости, виды туризма, программа тура, основные услуги, дополнительные услуги, цена НЕТТО, цена БРУТТО.

Студентам предлагаются две различные программы по аналогичному маршруту, которые они должны: - сравнить по составу и качеству услуг - сделать расчет стоимости этих программ - оценить эффективность программ и их соответствие виду туризма - выбрать одну из программ и мотивировать свой выбор.

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Рецептивные и инициативные туроператоры: сопоставительный анализ их деятельности (на примере региональных туроператоров) Технологическая схема планирования "оптимальной" программы обслуживания (на примере региональной программы) Калькуляция и экономическое обоснование программы обслуживания (на примере конкретной программы) Договорный план с поставщиками услуг (на примере региональной программы обслуживания) Особенности и структура туристского рынка. Формирование сбытовой сети. Агентское соглашение.

Нетрадиционные формы сбыта туристского продукта рецептивным туроператором Интернет - канал сбыта как перспективный канал сбыта рецептивного туроператора. Менеджмент обслуживания в работе рецептивного туроператора. Традиционные формы сбыта туристского продукта рецептивным туроператором. Агентское соглашение с туроператором как договор комиссии. Существенные условия договора. Агентское соглашение с туроператором как договор поручения. Существенные условия договора. Средства распространения безадресной рекламы. Обзор основной специализированной туристской прессы. Интернет-канал сбыта как перспективный канал сбыта турагента. Характеристика современного клиента турагентских фирм. Технология презентации внутреннего туристского продукта турагентом. Договор о реализации туристского продукта, заключаемый между туристом и турагентом, действующим по договору комиссии. Существенные условия. Договор о реализации туристского продукта, заключаемый между туристом и турагентом, действующим по договору поручения.

Существенные условия. Пакет туристских документов при реализации туристского продукта турагентом. Обзор туристских информационных интернет-технологий.

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен

Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос № 1)

1. Туроператор, его основные функции.
2. Классификация туроператоров. Примеры региональных рецептивных и инициативных туроператоров.
3. Закон РФ «Об основах туристской деятельности в РФ» № 132 – ФЗ от 24.11.1996г. и в ред. от 03.05.2012: существенные изменения по сравнению с первоначальной (от 24.11.1996г.) редакцией ФЗ.
4. Туристский рынок и его основные особенности как рынка услуг.
5. Структура и показатели рынка туристских услуг.
6. Виды предпринимательства в сфере туризма.
7. Направления деятельности туроператоров.

8. Условия осуществления туроператорской деятельности. Единый федеральный реестр туроператоров.
9. Туристская фирма: туроператор и турагент.
10. Этапы проектирования туристских услуг.
11. Туристский рынок: предприятия и организации, действующие на рынке. Примеры.
12. Туристские потребности и факторы, влияющие на них. Примеры.
13. Туристский спрос и факторы, влияющие на него. Примеры.
14. Программа обслуживания, понятие, исходные данные. Пример.
15. Классы обслуживания, назначение, характеристика. Пример.
16. Принципы проектирования туристского продукта.
17. Требования к туроператорам при составлении модели туристско-экскурсионного обслуживания.
18. «Оптимальная» программа обслуживания, понятие, планирование. Пример.
19. Технологическая схема формирования туристского путешествия. Пример.
20. Калькуляция программы обслуживания. Пример.
21. Технологическая схема формирования турпродукта. Пример.
22. Способы планирования программы обслуживания. Примеры.
23. Экономическое обоснование программы обслуживания. Точка безубыточности и маржинальная прибыль. Примеры.
24. Технологическая карта экскурсии: назначение и составные части.
25. ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования» от 16 ноября 2000 г. № 295: назначение и основные положения.
26. Договорный план: назначение и схема.
27. Технолого-методическое обеспечение туристского путешествия (ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»). Технологическая карта туристского путешествия как база методико-технологического обеспечения этого путешествия. Пример.
28. Технолого-методическое обеспечение туристского путешествия (ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»). Информационный листок. Пример.
29. Технолого-методическое обеспечение экскурсии (ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»). Технологическая карта и схема транспортной обзорной экскурсии. Пример.
30. Технолого-методическое обеспечение туристского путешествия (ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»): технологическая карта туристского путешествия её назначение, содержание. Пример.
31. Сравнительная характеристика ГОСТ Р 50681-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг» и ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг».
32. Технолого-методическое обеспечение туристского путешествия (ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»): термины, определения и основные положения.
33. Технолого-методическое обеспечение туристского путешествия (ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»): паспорт трассы туристского похода.
34. Туристская путёвка договор о реализации туристского продукта с туристами в соответствии с Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
35. Продвижение туристского продукта, понятие, адресная направленность. Примеры.
36. Нерекламные методы продвижения рецептивного туроператора. Примеры.
37. Роль менеджмента обслуживания в работе рецептивного туроператора.

38. Агентская сеть рецептивного туроператора, понятие, стратегии создания.
39. Традиционные формы сбыта туристского продукта. Примеры.
40. Нетрадиционные формы сбыта туристского продукта. Примеры.
41. Агентский договор, назначение, предмет, существенные условия.
42. Организация приёма туристов рецептивным туроператором.
43. Проблемы межкультурной коммуникации при обслуживании иностранных туристов.
44. Качество обслуживания и его оценка потребителем.
45. Обслуживание детских групп.
46. Обеспечение безопасности туриста.
47. Дифференциация туристского рынка и признаки сегментации потребителей туристской продукции. Примеры.
48. Информация о туре для потребителей.
49. Инструктор-проводник принимающей турфирмы.
50. Особенности людей пенсионного возраста и инвалидов.
51. Понятийная база туристского бизнеса.
52. Турагентские фирмы, классификация, квалификационные требования к сотрудникам.
53. Модель покупательского поведения, процесс принятия решения о покупке.
54. Турист как покупатель туристского продукта
55. Туристский продукт. Факторы производства и продвижения туристского продукта.
56. Понятие сегментирования туристского рынка.
57. Критерии сегментирования: географический, геодемографический, социально-экономический, психографический, поведенческий.
58. Многомерное сегментирование.
59. Требование к рыночному сегменту, ограничения сегментирования.
60. Концентрированный и дисперсный методы поиска сегментов туристского рынка.
61. Реализация турпродукта: сущность понятия, особенности.
62. Договор купли-продажи с клиентом, существенные условия договора.
63. Туристская путёвка и туристский ваучер.
64. Достоверная информация о потребительских свойствах турпродукта.
65. Правила реализации турпродукта, комплект документации.
66. Нетрадиционные формы реализации турпродукта.
67. Применение информационных технологий при реализации турпродукта.
68. Аннуляция договора купли-продажи с клиентом
69. Формирование туристского продукта: нормативное определение и сущность понятия.
70. Особенности взаимодействия туроператорских фирм с предприятиями - поставщиками услуг.
71. Турагентские фирмы, классификация, квалификационные требования к сотрудникам.
72. Модель покупательского поведения, процесс принятия решения о покупке.
73. Технологическая карта туристского путешествия и информационный листок.
74. Рабочие документы сопровождения туристского путешествия, правила их оформления
75. Правила реализации турпродукта, комплект документации.
76. Информационные технологии в туризме.
77. Аннуляция договора купли-продажи с клиентом.
78. Понятийная база туристского бизнеса.
79. Технологические схемы организации встречи и размещения туристов.
80. Организация питания.
81. Организация экскурсионного и музейного обслуживания, организация отъезда.
82. Туристская путёвка и туристский ваучер.
83. Достоверная информация о потребительских свойствах турпродукта. Правила реализации турпродукта, комплект документации.
84. Нетрадиционные формы реализации турпродукта.

85. Применение информационных технологий при реализации турпродукта.
86. Обслуживание детских групп.
87. Коммуникативное поведение российских туристов.
88. Проблемы межкультурной коммуникации при обслуживании иностранных туристов.
89. Качество обслуживания и его оценка.
90. Инструктор-проводник принимающей турфирмы.

Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 2)

1. Составить схему взаимодействия с поставщиками туристских услуг при формировании тура.
2. Составить памятку для туриста при организации экстремального тура.
3. Составить памятку для туриста при организации экологического тура.

Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 3)

1. Составить технологическую схему формирования туристского путешествия (по выбранному региону).
2. Составить схему экскурсионного обслуживания туристов.
3. Составить схему транспортного обслуживания туристов.

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной)	ПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6	Знает особенности формирования туристского продукта, применения информационных технологий при реализации турпродукта Знает структурную модель туристско-экскурсионного обслуживания, в том числе и в международном туризме Знает критерии сегментирования международного туристского рынка Знает технолого-методическое обеспечение туристского путешествия, в том числе и в международном туризме	30

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №2 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сфор-мированные дисциплиной)	ПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6	Умеет применять правила реализации турпродукта Владеет методами взаимодействия между участниками туристского рынка Умеет формировать стоимость туристских услуг, в том числе и в международном туризме Владеет технологической структурной схемой формирования туристского путешествия. Умеет применять концентрированный и дисперсный методы поиска сегментов международного туристского рынка. Владеет методами оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения туристского продукта Умеет работать с рабочими документами сопровождения туристского путешествия, правила их оформления Владеет механизмами взаимодействия туроператорских фирм с предприятиями - поставщиками услуг	30
Вопрос №3 Практическое задание (проверяет умения («уметь»), проверяет практические навыки («владеть»), сфор-мированные дисциплиной)	ПК-2 ПК-4 ПК-5 ПК-6	Умеет применять правила реализации турпродукта Владеет методами взаимодействия между участниками туристского рынка Умеет формировать стоимость туристских услуг, в том числе и в международном туризме Владеет технологической структурной схемой формирования туристского путешествия. Умеет применять концентрированный и дисперсный методы поиска сегментов международного туристского рынка. Владеет методами оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения туристского продукта Умеет работать с рабочими документами сопровождения туристского путешествия, правила их оформления Владеет механизмами взаимодействия туроператорских фирм с предприятиями - поставщиками услуг	40