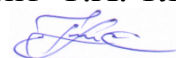


**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАБАРДИНО-БАЛКАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ В.М. КОКОВА»**

Факультет «Торгово-технологический»
Кафедра «Товароведение, туризм и право»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
доцент Т.Х. Тлупов



27 мая 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.22 ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОПЕРЕЙТИНГА**

Направление подготовки **43.03.02 Туризм**

Направленность (профиль) **Технология и организация туроператорских и
турагентских услуг**

Квалификация выпускника **бакалавр**

Курс обучения **4 (5)**

Семестр **7 (9)**

Форма обучения очная (**заочная**)

Нальчик-2025

Рабочая программа дисциплины Б1.О.22 «Организация туроперейтинга» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. № 516 (далее – ФГОС ВО с изменениями и дополнениями) и рабочего учебного плана подготовки бакалавров по данному направлению.

Составитель рабочей программы

к.э.н., зав. кафедрой  Е.А. Яицкая

Рабочая программа рассмотрена на заседании кафедры «Товароведение, туризм и право»
Протокол от «22» мая 2025 г. № 10


Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент  Е.А. Яицкая

Одобрено методической комиссией факультета «Торгово-технологический»

Протокол от «23» мая 2025 г. № 10

Председатель МК факультета «Торгово-технологический»

к.б.н., доцент  Т.Х. Тлупов

Согласовано:

Директор научной библиотеки  И.А. Шогенова

«22» мая 2025 г.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью дисциплины «Организация туроперейтинга» является формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков организационно-управленческих основ туроператорской деятельности, создание у студентов целостного представления о принципах организации обслуживания туристов, методах анализа туристского рынка для эффективной разработки (проектирования) туристского продукта, условиях внедрения новых технологий, ориентированных на запросы потребителя.

Задачами дисциплины являются:

1. Изучение основополагающих принципов организации туроператорской деятельности.
2. Рассмотрение вопросов, связанных с основами управления по применению современных технологий по производству, продвижению и реализации турпродукта.
3. Ознакомление студентов с требованиями к составу услуг в различных специализированных туристских программах, их ресурсному и материальному обеспечению.
4. Получение навыков разработки туристского продукта, расчета стоимости туров.
5. Выработка умения самостоятельного составления программ туристского обслуживания, работы с туристской документацией.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Код компетенций	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-1	Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности	ИД-1 _{ПК-1} Применяет знания организационных основ туристской индустрии, структуры туристской отрасли, особенностей правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности	Знать: организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности; Уметь: использовать организационные основы туристской индустрии; особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности; Владеть: навыками принятия решений об организации туристской деятельности,
		ИД-3 _{ПК-1} Осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	Знать: основы, необходимые для организации и управления хозяйственными и финансово-экономическими процессами деятельности туристской организации. Уметь: обеспечивать эффективное взаимодействие с потребителем, контрагентами, органами государственной законодательной и исполнительной власти; -осуществлять подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности; -осуществлять руководство хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации. Владеть: навыками руководства тру-

			довым коллективом, организации работы исполнителей
ПК-5	Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ИД-1 _{ПК-5} Применяет знания классификации туристских услуг, их характеристик; теории обслуживания; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии	Знать: классификацию услуг, их характеристики; теорию обслуживания; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии; Уметь: осуществлять проведение мероприятий по продвижению туристского продукта Владеть: навыками обслуживания; технологии продаж в туристской индустрии
		ИД-2 _{ПК-5} Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	Знать: основы современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта и предоставлении услуг. Уметь: строить эффективную систему продвижения турпродуктов. Владеть: методами оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наиболее эффективных каналов

3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Организация туроперейтинга» входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)», включенных в учебный план направления подготовки 43.03.02 Туризм направленность «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг».

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в часах, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий и на самостоятельную работу обучающихся

Учебные занятия	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
	семестр	семестр
	7	9
	З.е., часов	З.е., часов
1. Контактная работа з.е./час, в том числе (час):	2,0/75(14)*	0,6/22(4)*
лекции	24(8)*	6(2)*
практические занятия	36(6)*	8(2)*
групповые консультации	3	3
контрольные балльно-рейтинговые мероприятия	3	-
промежуточная аттестация: экзамен	9	5
2.Самостоятельная работа з.е./час, в том числе (час):	3,0/105	4,4/158
самостоятельное изучение отдельных тем модуля, подготовка к практическим работам	78	154
подготовка к промежуточной аттестации	27	4
Общая трудоемкость з.е./час	5/180	5/180

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.1. Содержание дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенных на них количества часов и видов учебных занятий (очная форма обучения)

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Аудиторные занятия		Самост. работы
		Лекции	Практич.	Сам. изуч.

			занятия	отд. тем
1	Тема 1. Содержание понятия туроперейтинг	2	2	7
2	Тема 2. Понятие и виды деятельности туроператора.	2(1)*	4	7
3	Тема 3. Профессиональные стандарты персонала туроператора	2(1)*	2	7
4	Тема 4. Информационные технологии в деятельности туроператора	2(1)*	2	7
5	Тема 5. Концепция создания туристского продукта	2	4(1)*	7
6	Тема 6. Туристский продукт и пакет услуг	2(1)*	4(1)*	7
7	Тема 7. Проектирование тура и программа обслуживания	4(2)*	4(2)*	7
8	Тема 8. Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы	2	4(1)*	7
9	Тема 9. Заключение договоров с поставщиками услуг	2(1)*	4(1)*	7
10	Тема 10. Продвижение и реализация туристского продукта	2(1)*	4(1)*	7
11	Тема 11. Документооборот в туроперейтинге	2	2	8
Итого:		24(8)*	36(6)*	78

(*)* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.2. Содержание дисциплины (модуля) структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий (заочная форма обучения)

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Аудиторные занятия		Самост. работы
		Лекции	Практич. занятия	Сам. изуч. отд. тем
1	Тема 1. Содержание понятия туроперейтинг	0,5	0,5	15
2	Тема 2. Понятие и виды деятельности туроператора.	0,5 (0,5)*	0,5	15
3	Тема 3. Профессиональные стандарты персонала туроператора	0,5 (0,5)*	0,5	15
4	Тема 4. Информационные технологии в деятельности туроператора	0,5 (0,5)*	0,5	15
5	Тема 5. Концепция создания туристского продукта	0,5	1(0,5)*	15
6	Тема 6. Туристский продукт и пакет услуг	0,5	0,5	15
7	Тема 7. Проектирование тура и программа обслуживания	1(0,5)*	1(0,5)*	15
8	Тема 8. Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы	0,5	1(0,5)*	15
9	Тема 9. Заключение договоров с поставщиками услуг	0,5	1	15
10	Тема 10. Продвижение и реализация туристского продукта	0,5	1(0,5)*	15
11	Тема 11. Документооборот в туроперейтинге	0,5	0,5	4
Итого:		6(2)*	8(2)*	154

(*)* - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.3. Содержание разделов дисциплины
4.3.1 Лекции

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Номер, тема и содержание лекции	Трудоемкость час.	
			очно	заочно
1.	Содержание понятия ту-	ЛЕКЦИЯ №1 Тема: «Содержание понятия туроперейтинг»	2	0,5

	роперейтинг	Роль и значение туроперейтинга в современной туристской индустрии. Содержание понятия "туроператор". Различия между туроператором и турагентом. Понятие, классификация и функции туроператоров, основные различия между туроператором и турагентом. Среда международного туроперейтинга: внешние и внутренние факторы.		
2	Понятие и виды деятельности туроператора.	ЛЕКЦИЯ №2 Тема: «Понятие и виды деятельности туроператора» Основные функции туроператора. Задачи туроператора. Классификация туроператоров	2(1)*	0,5 (0,5)*
3.	Профессиональные стандарты персонала туроператора	ЛЕКЦИЯ №3 Тема: «Профессиональные стандарты персонала туроператора» Законодательство сферы туризма. Требования к профессии менеджер по туризму. Должностные инструкции.	2(1)*	0,5 (0,5)*
4	Информационные технологии в деятельности туроператора	ЛЕКЦИЯ №4 Тема: «Информационные технологии в деятельности туроператора» Информационные технологии в туризме. Использование Интернет-сайтов и электронных систем для бронирования железнодорожных и авиабилетов. Интернет-бронирование гостиниц и других средств размещения, аренда автомобилей и др. Использование услуги on-Line - бронирования туров. Сайты туроператорских и турагентских компаний – основной источник оперативной информации о предлагаемых турах.	2(1)*	0,5 (0,5)*
5	Концепция создания туристского продукта	ЛЕКЦИЯ №5 Тема: «Концепция создания туристского продукта» Формирование привлекательного турпродукта. Классификация гостеприимства. Классы обслуживания. Постулаты туроперейтинга.	2	0,5
6	Туристский продукт и пакет услуг	ЛЕКЦИЯ №6 Тема: «Туристский продукт и пакет услуг» Понятие и потребительские свойства туристского продукта, характеристики, отличающие услугу от товара. Три уровня туристского продукта. Концепция жизненного цикла туристского продукта.	2(1)*	0,5
7	Проектирование тура и программа обслуживания	ЛЕКЦИЯ №7 Тема: «Проектирование тура и программа обслуживания» 1.Требования к проектированию тура. Программа обслуживания. Расчет стоимости турпродукта. Составление калькуляции тура. 2.Проектирования контроля качества в туроперейтинге. Уровень обслуживания	2(1)* 2(1)*	1(0,5)*
8	Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы	ЛЕКЦИЯ №8 Тема: «Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы» Поставщики услуг в туроперейтинге. Сроки подготовки туроперейтинговой программы.	2	0,5
9	Заключение договоров с поставщиками	ЛЕКЦИЯ №9 Тема: «Заключение договоров с поставщиками услуг» Взаимоотношения с поставщиками услуг в туризме.	2(1)*	0,5

	ми услуг	Договорные отношения в туроперейтинге		
10	Продвижение и реализация туристского продукта	ЛЕКЦИЯ №10 Тема: «Продвижение и реализация туристского продукта» Основные функции и классификация турагентов. Разновидности агентских сетей. Способы стимулирования агентской деятельности. Специфические функции и основные носители туристской рекламы. Основные практические инструменты проведения PR-акций. Стимулирование потребителей.	2(1)*	0,5
11	Документооборот в туроперейтинге	ЛЕКЦИЯ №11 Тема: «Документооборот в туроперейтинге» Документационное обеспечение турпродукта. Классификация документов и автоматизация документооборота в туроперейтинге. Основные документы, регламентирующие взаимоотношения туроператоров и турагентов, туроператоров и туристов.	2	0,5
		Итого по дисциплине	24(8)*	6(2)*

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах

4.4 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость в час.	
			очная	заочная
1	Содержание понятия туроперейтинг	Практическое занятие 1. Роль и значение туроперейтинга в современной туристской индустрии. Содержание понятия "туроператор". Различия между туроператором и турагентом.	2	0,5
2	Понятие и виды деятельности туроператора.	Практическое занятие 2. Основные функции туроператора. Задачи туроператора. Классификация туроператоров	2	0,5
		Практическое занятие 3. Выявление и характеристика ведущих туроператоров по рекреационному, экскурсионно-познавательному, лечебно-оздоровительному, деловому, круизному, горнолыжному и др. видам туризма, анализ ассортимента их туристских услуг и продуктов.	2	-
3	Профессиональные стандарты персонала туроператора	Практическое занятие 4. Изучение основных документов законодательных документов по организации сферы туризма Требования к профессии менеджер по туризму. Должностные инструкции. Написание резюме.	2	0,5
4	Информационные технологии в деятельности туроператора	Практическое занятие 5. Использование информационных технологий для организации туров и для продвижения турпродукта	2(1)*	0,5
5	Концепция создания туристского продукта	Практическое занятие 6. Концепция создания туристского продукта Формирование привлекательного турпродукта. Классификация гостеприимства. (Контрольный опрос студентов по концепции создания туристского продукта)	2(1)*	0,5(0,5)*
		Практическое занятие 7. Концепция создания туристского продукта 1. Классы обслуживания. 2. Постулаты туроперейтинга.	2	0,5

6	Туристский продукт и пакет услуг	Практическое занятие 8. Туристский продукт и его виды Понятие турпродукта и схема его разработки.. Заказной тур и инклюзив-тур. Цена турпродукта. (на конкретных примерах).	2	0,5
		Практическое занятие 9. Расчет стоимости турпродукта. Составление калькуляции тура.	2(1)*	-
7	Проектирование тура и программа обслуживания	Практическое занятие 10 Подготовка сообщений о проектировании тура и программы обслуживания	2(1)*	0,5(0,5)*
		Практическое занятие 11. Существо предлагаемого проекта. Цель игры: разработать свой турпродукт, составить вербальную модель тура и программу тура с обоснованием необходимых условий для успешной реализации нового турпродукта (наличие достопримечательностей, рекреационных ресурсов, развитие других туристских ресурсов: средств размещения, средств транспорта и т. д.), оценкой возможных трудностей, которые придется преодолеть для внедрения турпродукта на рынке.	2(1)*	0,5
8	Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы	Практическое занятие 12. Характеристика основных поставщиков туристских услуг: ведущих авиакомпаний российского туристского рынка, видов тарифов, форм авиабилетов, услуг железных дорог и автотранспортных хозяйств при организации выездных туров, технологии организации зарубежных круизов.	2	0,5(0,5)*
		Практическое занятие 13. Поиск и структуризация данных для составления этикетки и паспорта 1 поставщика туристских услуг (транспортной компании, средства размещения, предприятия питания или т.п.) и их загрузка на портал «Живая карта России».	2(1)*	0,5
9	Заключение договоров с поставщиками услуг	Практическое занятие 14. Поставщики услуг в туроперейтинге. Сроки подготовки туроперейтинговой программы	2	0,5
		Практическое занятие 15. Изучение основных атрибутов договоров туроператора с поставщиками туристских услуг, турагентами и клиентами (на конкретных примерах).	2(1)*	0,5
10	Продвижение и реализация туристского продукта	Практическое занятие 16. Формирование сбытовой сети туроператора. Агентское соглашение. Нерекламные методы продвижения.	2	0,5(0,5)*
		Практическое занятие 17. Организация продажи тура. Виды каналов сбыта форм продаж турпродукта. Технология обслуживания клиентов.	2(1)*	0,5
11	Документооборот в туроперейтинге	Практическое занятие 18. Документационное обеспечение турпродукта. Классификация документов и автоматизация документооборота в туроперейтинге	2	0,5
Итого			36(8)*	8(2)*

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Организация туроперейтинга» в научной библиотеке университета имеется достаточное количество учебников и учебных пособий. На самостоятельную работу при изучении данной дисциплины отводится по очной (заочной) формам обучения соответственно 105 (158) часа, из них 78 (154) часа выделяется на самостоятель-

ное изучение отдельных тем и вопросов. При самостоятельном изучении отдельных вопросов и тем основными видами самостоятельной работы обучающихся являются: проработка учебников, учебных пособий, учебно-методической литературы и информационно-образовательных ресурсов, конспектирование материалов, подготовка к выполнению практических занятий, к опросу, тестированию, к контрольным балльно-рейтинговым мероприятиям, подготовка к промежуточной аттестации.

На очной форме обучения контроль самостоятельной работы, чаще всего осуществляется перед началом чтения лекции, выполнения практических занятий, во время проведения балльно-рейтинговых контрольных мероприятий и промежуточной аттестации.

На заочной форме обучения, контроль самостоятельной работы осуществляется только во время промежуточной аттестации.

Объем часов, выделяемых для подготовки к промежуточной аттестации (27 ч. по очной форме и 4 ч. по заочной форме обучения), используется для самостоятельной подготовки обучающихся к зачетам. Данный этап является завершающим при изучении дисциплины и контроль самостоятельной работы осуществляется на промежуточной аттестации.

№	Тема и вопросы самостоятельной работы студентов	Объем часов очно (заочно)	Перечень учебно-методического обеспечения	Форма контроля
1	Тема 1: «Содержание понятия туроперейтинг» 1.Понятие, классификация и функции туроператоров, основные различия между туроператором и турагентом. 2.Среда международного туроперейтинга: внешние и внутренние факторы. 1. Домашнее задание (составление обзора ведущих туроператоров выездного, въездного и внутреннего туризма, ассортимента их туристских услуг и продуктов) 2. Домашнее задание (составление обзора монопрофильных и многопрофильных туроператоров, ассортимента их туристских услуг и продуктов).	7 (15)	[1 -3, 7] Конспект лекций и выполненные практические работы	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
2	Тема 2. Понятие и виды деятельности туроператора. 1.Понятие и виды деятельности туроператоров и турагентов. 2.Туроператорские и турагентские предприятия, как субъекты туристского рынка: роль в создании и продвижении турпродукта. 3.Инициативный и рецептивный туроператор. 4.Прямая и репрезентативная схемы работы туроператора при создании туристского продукта. .Организация и работа представительств туристских компаний за рубежом. 6.Изучение ведущих туроператоров, специализирующимся на конкретных видах туризма.	7(15)	[1-3, 8] Конспект лекций и выполненные практические работы	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
3	Тема 3. Профессиональные стандарты персонала туроператора 1.Требования к профессии менеджер по туризму. 2.Должностные инструкции. 3.Стандарты по обслуживанию туристов, управ-	7 (15)		Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче

	лению качеством обслуживания в туризме.			экзамена
4	<p>Тема 4. Информационные технологии в деятельности туроператора</p> <p>1. Информационные технологии в туризме.</p> <p>2. Использование Интернет-сайтов и электронных систем для бронирования железнодорожных и авиабилетов.</p> <p>3. Интернет-бронирование гостиниц и других средств размещения, аренда автомобилей и др. Использование услуги on-Line - бронирования туров. Сайты туроператорских и турагентских компаний– основной источник оперативной информации о предлагаемых турах.</p>	7 (15)		Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
5	<p>Тема 5. Концепция создания туристского продукта</p> <p>1.Классы обслуживания.</p> <p>2.Пакет услуг. Заказные туры. Инклюзив-туры. Индивидуальные и групповые туры.</p> <p>3.Классификация и разработка туристских маршрутов.</p> <p>4.Основы туроперейтинга в о внутреннем туризме.</p> <p>5.Особенности российского туристского продукта.</p> <p>6.Основные параметры и условия, формирующие образ территорий, привлекательный для организации въездного туризма (безопасность, уровень сервиса, насыщенность туристскими объектами, состояние объектов, состояние инфраструктуры).</p> <p>7.Имидж территории.</p>	7 (15)		Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
6	<p>Тема 6. Туристский продукт и пакет услуг</p> <p>1.Понятие и потребительские свойства туристского продукта, характеристики, отличающие услугу от товара.</p> <p>2. Изучение типологии туров и профиля работы конкретного туроператора.</p> <p>3. Три уровня туристского продукта.</p> <p>4. Концепция жизненного цикла туристского продукта.</p>	7 (15)		Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
5	<p>1. Основные этапы маркетингового исследования рынка</p> <p>2. Принципы анализа рынка потребителей и конкурентной среды.</p> <p>3. Домашнее задание (составление обзора туристских продуктов с конкретными примерами для различных сегментов потребителей).</p> <p>4. Стратегии туроперейтинга на туристском рынке.</p> <p>5. Домашнее задание (составление обзора различных типов конкурентов и стратегий конкурентного поведения на рынке, выявление и сравнительная характеристика конкурентов конкретных туроператоров).</p> <p>6. Процесс производства туристского продукта:</p>	7 (15)	[2, 4, 10, 12] Конспект лекций и выполненные практические работы	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена

	факторы, средства и технологии. 7. Написание реферата по дифференциации и позиционированию предложений туроператора на конкурентном рынке (на конкретных примерах).			
6	1. Основные схемы взаимодействия туроператора с поставщиками туристских услуг. 2. Домашнее задание (составление обзора основных поставщиков туристских услуг). 3. Составление договорного плана тура. 4. Основное содержание договоров с поставщиками туристских услуг. 5. Домашнее задание (самостоятельный поиск и изучение основного содержания договоров туроператоров с поставщиками туристских услуг на конкретных примерах). 6. Классификация документов и автоматизация документооборота в туроперейтинге. 7. Основные документы, регламентирующие взаимоотношения туроператоров и турагентов, туроператоров и туристов. 8. Домашнее задание (самостоятельный поиск и изучение основного содержания договоров туроператоров с агентами и клиентами на конкретных примерах). 9. Ценообразование туристского продукта: основные этапы и методы. 10. Разработка и выполнение типового расчета туристского продукта.	7 (15)	[1, 2, 7, 9,12] Конспект лекций и выполненные практические работы	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
7	Тема 7. Проектирование тура и программа обслуживания 1.Классификация и разработка туристских маршрутов. 2.Проектирование туров. 3.Программа обслуживания. 4.Формирование туров. 5.Расчет стоимости тура.	7 (15)		Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
8	Тема 8.Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы 1.Взаимоотношения с предприятиями гостиничной индустрии. 2.Объекты размещения. Характеристика объектов размещения за рубежом. 3.Классификация и категорийность средств размещения с учётом специфики той или иной страны. 4.Взаимоотношения с предприятиями индустрии питания. 5.Организация питания туристов зарубежом. 6.Различия организационных форм питания (полупансион, полный пансион, «всё включено» и др.) в условиях прибрежных, городских и других форм размещения 7.Экскурсионные и трансферные организации. 8. Услуги, оказываемые meet-компаниями.	7 (15)	[1, 2, 6, 8] Конспект лекций и выполненные практические работы	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
9	Тема 9. Заключение договоров с поставщиками		[1, 2, 7, 10-	Подготовка к

	услуг 1.Взаимоотношения с поставщиками услуг в туризме. 2.Договорные отношения в туроперейтинге 3. Технология подготовки туристской фирмы к переговорам с поставщиками услуг. 4. Технология подготовки к переговорам между инициативным и рецептивным туроператорами	7 (15)	13] Конспект лекций и выполненные практические работы	балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
10	Тема 10. Продвижение и реализация туристского продукта 1. Основные функции и классификация турагентов. 2. Разновидности агентских сетей. Способы стимулирования агентской деятельности. 3. Составление обзора различных видов турагентов и специфики их работы (на конкретных примерах). 4. Специфические функции и основные носители туристской рекламы. 5. Основные практические инструменты проведения PR-акций. 6. Стимулирование потребителей. 7.Алгоритм работы и основные требования, предъявляемые к менеджеру офиса прямых продаж. 8. Составление обзора требований, предъявляемых к менеджерам прямых продаж ведущих туроператоров. 9. Организация деятельности представителя (представительства) российского аутгоинг-туроператора по обслуживанию клиентов за рубежом.	7 (15)		Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
11	Тема 11. Документооборот в туроперейтинге 1. Документация туристской фирмы. Классификация документации: по кругу пользователей; по источнику информации; по степени и форме волеизъявления. 2.Уставные документы. 3.Бухгалтерские и статистические документы. 4.Документы внутреннего распорядка. 5.Документы, регламентирующие отношения с поставщиками, с агентами, с туристами. 6. Документы туристов. 7.Договор с клиентом – как основной документ туристской фирмы	8 (4)		Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче экзамена
	Итого	78 (154)		
	Подготовка к промежуточной аттестации	27(4)		Сдача экзамена
	Всего	105(158)		

* Перечень учебно-методического обеспечения приведен в разделе 8.

6. Фонд оценочных средств, для проведения текущего и промежуточного контроля обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся.

№ модуля	Структурированные модули	Коды формируемых компетенций	Этапы формирования компетенции в процессе освоения дисциплины
1.	Тема 1. Содержание понятия туроперейтинг	ПК-1; ПК-5	1-ый рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к выполнению практических заданий и их защита)
	Тема 2. Понятие и виды деятельности туроператора.	ПК-1	
	Тема 3. Профессиональные стандарты персонала туроператора	ПК-1	
	Тема 4. Информационные технологии в деятельности туроператора	ПК-1; ПК-5	
2.	Тема 5. Концепция создания туристского продукта	ПК-1; ПК-5	2-ой рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к выполнению практических заданий и их защита)
	Тема 6. Туристский продукт и пакет услуг	ПК-1; ПК-5	
	Тема 7. Проектирование тура и программа обслуживания	ПК-1; ПК-5	
3.	Тема 8. Поставщики услуг и подготовка туроперейтинговой программы	ПК-1; ПК-5	3-ий рейтинг контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (коллоквиумы, тесты) подготовка к выполнению практических заданий и их защита)
	Тема 9. Заключение договоров с поставщиками услуг	ПК-1	
	Тема 10. Продвижение и реализация туристского продукта	ПК-1; ПК-5	
	Тема 11. Документооборот в туроперейтинге	ПК-1	

6.2. Показатели и критерии оценивания индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования, шкалы и процедуры оценивания при текущем и промежуточном контроле знаний обучающихся.

Текущий контроль - это непрерывное отслеживание освоения индикаторов достижения профессиональных компетенций по дисциплине.

Промежуточный контроль проводится с целью оценки усвоения студентами материала крупного модуля или раздела учебной дисциплины. В течение семестра проводится три таких контрольных мероприятий, согласно календарного учебного графика.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом:

- оценки (текущего контроля) за работу в семестре (оценки за выполнение контрольных заданий, за выполнение и успешную защиту практических работ, за активное участие в опросе студентов перед началом лекции или в конце ее);
- оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях (ответы на тесты, на контрольные вопросы).

Для определения оценки за работу в семестре и оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях содержательная часть рабочей программы четко структурируется на содержательные модули из которых формируется три блока (модуля), с периодами изучения равными периодам проведения рейтинг-контроля.

Таким образом, устанавливается объем дисциплины, подлежащей оценке качества усвоения в рамках блоков. При этом каждая контрольная точка оценивается в 20 баллов.

Критериями оценки индикатора достижения компетенций являются уровень освоения обучающимися знаний, умений и навыков, которыми они должны обладать при изучении разделов (модулей) дисциплин.

Согласно этим критериям при разработке шкал оценивания автор руководствуется следующим:

15-20 баллов – студент получает при **высоком** уровне овладения индикаторами достижения компетенций и освоения знаний, умений и теоретического материала без пробелов; выполне-

нии всех заданий, предусмотренных учебным планом на высоком качественном уровне; сформировании практических навыков, профессионального применения освоенных знаний;

10-14 баллов – студент получает при **среднем** уровне овладения индикаторами достижения компетенций и освоении знаний, умений и теоретического материала, когда учебные задания не оценены максимальным числом баллов, и в основном сформированы практические навыки.

До 10 баллов – студент получает при **пороговом** уровне овладения индикаторами достижения компетенций и частично с пробелом освоении знания, умения и теоретического материала, некачественном выполнении учебных заданий, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, в случаях не сформирования некоторых практических навыков.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Рабочей программой дисциплины «Организация туроперейтинга» предусмотрено участие дисциплины в формировании следующих компетенций:

ПК-1 Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности.

ПК-5 Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий

В процессе освоения образовательной программы по 43.03.02 Туризм компетенции ПК-1, ПК-5 формируются при изучении дисциплин, прохождении практик и ГИА.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы «Туризм»

Код компетенции	Дисциплины, практики, ГИА, через которые формируется компетенция (компоненты)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы*
ПК-1	Б1.В.09 Основы туризма	1
	ФТД.01 Гражданское население в противодействие распространения идеологии терроризма	2
	Б1.В.06 Планирование и анализ деятельности Б1.В.08 Технология и организация управления качеством гостиничных услуг	4
	Б1.О.10 Менеджмент в туризме Б1.В.11 Принятие управленческих решений в туризме	5
	Б1.О.17 Организация туристской деятельности Б1.В.14 Технология и организация выездного туризма Б1.В.ДВ.03.01 Бизнес планирование гостиничных услуг Б1.В.ДВ.03.02 Поведения потребителя	6
	Б1.О.22 Организация туроперейтинга Б2.О.05(П) Производственная практика, организационно-управленческая	7
	Б1.В.18 Организация обслуживания в туристской индустрии Б1.В.02 Технология и организация операторских и агентских услуг Б3.01 Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	8
ПК-5	Б1.В.05 Реклама в туризме	4
	Б1.В.14 Технология и организация выездного туризма	6
	Б1.О.22 Организация туроперейтинга Б1.В.03 Технология и организация внутреннего туризма	7

	Б1.В.02 Технология и организация операторских и агентских услуг Б1.В.04 Технология и организация экскурсионных услуг Б2.О.07(Пд) Производственная практика, преддипломная Б3.01 Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	8
--	--	---

** Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы определяются семестром изучения дисциплин и прохождения практик.*

7.2 Описание показателей индикаторов достижения компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Для оценки знаний, умений, навыков и индикаторов достижения компетенций по дисциплине применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов. В основу балльно-рейтинговой системы (БРС) положены принципы, в соответствии с которыми формирование рейтинга студента осуществляется в ходе текущего, промежуточного контроля и промежуточной аттестации знаний.

Промежуточная аттестация – экзамен.

При модульной системе основным стимулом к регулярной работе студентов является возможность быть освобожденным от семестрового экзамена (получить его «автоматом»). Для этого студент должен выполнить следующие условия:

- не иметь по промежуточным модулям **0** баллов;

- если студент по итогам текущего рейтинга набрал в семестре **49-54** баллов то он получает, «автоматом» оценку - «хорошо», **55** и выше «отлично».

Максимальная сумма баллов, которую студент может набрать за семестр составляет **100** баллов, из которых на текущий и промежуточный контроль отводится **60** баллов. Оставшиеся **40** баллов - это сумма баллов, которую студент может набрать по результатам промежуточной аттестации (экзамен).

Студент, получивший по итогам текущего и промежуточного контроля меньше **45** баллов, не может претендовать на оценку «отлично».

Индикаторы достижения компетенций*

Код и наименование индикатора достижения компетенции, этапы освоения	Планируемые результаты обучения	Соответствие индикатора достижения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
ИД-1 _{ПК-1} Применяет знания организационных основ туристской индустрии, структуры туристской отрасли, особенностей правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности (7-этап)	Знать: организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;	Не знает организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;	Частично знаком с организационными основами туристской индустрии, структурой туристской отрасли, особенностями правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;	Достаточно владеет знаниями о организационных основах туристской индустрии, структуре туристской отрасли, особенностях правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;	В полной мере владеет организационными основами туристской индустрии, структурой туристской отрасли, особенностями правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;
	Уметь: использовать органи-	Не обладает умениями в	Частично обладает умениями	Умеет хорошо использовать	В полной мере может исполь-

	зационные основы туристской индустрии; особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;	рамках компетенции	использовать организационные основы туристской индустрии; особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;	организационные основы туристской индустрии; особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;	зывать организационные основы туристской индустрии; особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности;
	Владеть: навыками принятия решений об организации туристской деятельности,	Не владеет навыками принятия решений об организации туристской деятельности,	Не в полной мере владеет навыками принятия решений об организации туристской деятельности,	Способен обеспечить на достаточном уровне навыками принятия решений об организации туристской деятельности,	Владеет на высоком уровне навыками принятия решений об организации туристской деятельности,
ИД-3 _{ПК-1} Осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации (7-этап).	Знать: основы, необходимые для организации и управления хозяйственными и финансово-экономическими процессами деятельности туристской организации.	Не знает основы, необходимые для организации и управления хозяйственными и финансово-экономическими процессами деятельности туристской организации.	Частично знает основы, необходимые для организации и управления хозяйственными и финансово-экономическими процессами деятельности туристской организации.	Достаточно знает основы, необходимые для организации и управления хозяйственными и финансово-экономическими процессами деятельности туристской организации.	Отлично знает основы, необходимые для организации и управления хозяйственными и финансово-экономическими процессами деятельности туристской организации.
	Уметь: обеспечивать эффективное взаимодействие с потребителем, контрагентами, органами государственной и исполнительной власти; - осуществлять подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности; -	Не умеет обеспечивать эффективное взаимодействие с потребителем, контрагентами, органами государственной и исполнительной власти; - осуществлять подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности; -	Частично умеет обеспечивать эффективное взаимодействие с потребителем, контрагентами, органами государственной и исполнительной власти; - осуществлять подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности; -	Хорошо умеет обеспечивать эффективное взаимодействие с потребителем, контрагентами, органами государственной и исполнительной власти; - осуществлять подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности; -	В полной мере может обеспечивать эффективное взаимодействие с потребителем, контрагентами, органами государственной и исполнительной власти; - осуществлять подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности; -

	осуществлять руководство хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.	дачами деятельности; - осуществлять руководство хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.	осуществлять руководство хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.	деятельности; - осуществлять руководство хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.	деятельности; осуществлять руководство хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации.
	Владеть: навыками руководства трудовым коллективом, организации работы исполнителей	Не владеет навыками руководства трудовым коллективом, организации работы исполнителей	Частично владеет навыками руководства трудовым коллективом, организации работы исполнителей	Хорошо владеет навыками руководства трудовым коллективом, организации работы исполнителей	Отлично владеет навыками руководства трудовым коллективом, организации работы исполнителей
ИД-1 _{ПК-5} Применяет знания классификации туристских услуг, их характеристик; теории обслуживания; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии (7-этап)	Знать: классификацию услуг, их характеристики; теорию обслуживания; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;	Не знает классификацию услуг, их характеристики; теорию обслуживания; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;	Частично знает классификацию услуг, их характеристики; теорию обслуживания; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;	Знает на достаточном уровне классификацию услуг, их характеристики; теорию обслуживания; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;	На высоком уровне знает классификацию услуг, их характеристики; теорию обслуживания; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии;
	Уметь: осуществлять проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	Не умеет осуществлять проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	Не в полной мере умеет осуществлять проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	На достаточно хорошем уровне умеет осуществлять проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	На высоком уровне умеет осуществлять проведение мероприятий по продвижению туристского продукта
	Владеть: навыками обслуживания; технологии продаж в туристской индустрии	Не владеет навыками обслуживания; технологии продаж в туристской индустрии	Владеет некоторыми навыками обслуживания; технологии продаж в туристской индустрии	Достаточно владеет навыками обслуживания; технологии продаж в туристской индустрии	На высоком уровне владеет навыками обслуживания; технологии продаж в туристской индустрии
ИД-2 _{ПК-5} Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта (7-этап)	Знать: основы современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта и	Не знает основы современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского	Частично знает основы современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта и	Знает основы современных информационных и коммуникативных технологий в реализации туристского продукта и	На высоком уровне знает основы современных информационных и коммуникативных технологий в реализации

	предоставлени и услуг.	продукта и предоставлени и услуг.	предоставлении услуг.	предоставлени и услуг.	туристского продукта и предоставлени и услуг.
	Уметь: стро- ить эффектив- ную систему продвижения турпродуктов.	Не умеет строить эф- фективную систему про- движения тур- продуктов.	Не в полной мере умеет строить эффе- ктивную систему продвижения турпродуктов.	На достаточно хорошем уровне умеет строить эф- фективную систему про- движения тур- продуктов.	На высоком уровне умеет строить эффе- ктивную систе- му продвиже- ния турпродук- тов.
	Владеть: ме- тодами оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наибо- лее эффектив- ных каналов	Не владеет методами оценки эффе- ктивности про- водимых ме- роприятий продвижения, отбора наибо- лее эффектив- ных каналов	Знаком с неко- торыми мето- дами оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наибо- лее эффектив- ных каналов	Достаточно владеет мето- дами оценки эффективности проводимых мероприятий продвижения, отбора наибо- лее эффектив- ных каналов	На высоком уровне владеет методами оценки эффе- ктивности про- водимых меро- приятий про- движения, от- бора наиболее эффективных каналов

Для допуска к экзамену, студент должен набрать в ходе текущего и промежуточного контроля не менее **40** баллов. Если эта сумма меньше **30** баллов, то студент не допускается к экзамену. Если эта сумма больше или равна **30**, то путем дополнительного опроса (собеседование, контрольный опрос, тест, реферат) эта сумма может быть повышена до **40** баллов.

На экзамене студент может получить **20 – 40** баллов. Максимальный балл при каждой повторной пересдаче уменьшается на **10** баллов. Если ответы студента оцениваются суммой баллов менее **20**, то студенту выставляется **0** баллов.

Если по итогам рейтинга студент набирает **40-48** баллов, то он допускается к сдаче экзамена и остальные **20-40** баллов он получает на экзамене.

Студент, набравший по итогам текущего и промежуточного контроля по дисциплине менее **30** баллов, после всех разрешенных отработок может получить оценку не выше «удовлетворительно».

Критерии оценивания результатов обучения

Оценка	Шкала оценивания	Критерии оценивания
Высокий уро- вень «5» (отлично)	85-100	заслуживает студент, освоивший знания, умения и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уро- вень «4» (хорошо)	70-84	заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетво-)	60-69	заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения и теоретический материал, либо не выполнил учебные задания, либо они оценены числом баллов близким к минимальному,

нительно)		некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (не удовлетворительно)	0-59	заслуживает студент, не освоивший знания, умения, и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения индикаторов достижений компетенций ИД-1_{ПК-1}, ИД-3_{ПК-1}, ИД-1_{ПК-5}, ИД-2_{ПК-5} в процессе освоения образовательной программы

7.3.1. Примерная тематика курсовых проектов, рефератов.

Курсовой проект (работа) и рефераты не предусмотрены.

7.3.2. Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся

1. Согласно определению, данному в ФЗ "Об основах туристской деятельности в РФ" от 14.11.1996 г., туроператорская деятельность - это: (Выберите один правильный вариант)

1. деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем;
2. деятельность по формированию и продвижению туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем;
3. деятельность по формированию и продвижению туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом;
4. деятельность по формированию и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем;
5. деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом;
6. деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом.

2. Деятельность лица, путешествующего в месте находящегося вне его обычного места проживания, на срок, не превышающий определенное количество времени, и занимающегося не оплачиваемой деятельностью – это:

1. Туризм.
2. Менеджер.
3. Гражданин.
4. Типы туризма согласно ВТО:

4. Отметьте объекты ФЗ о техническом регулировании:

1. продукция и услуги
2. образование и связь
3. новые технологии
4. бухгалтерский учет

5. Укажите основную форму принятия технического регламента в РФ:

1. международный договор
2. федеральный закон
3. издание без публичного обсуждения
4. указ Президента

6. Отметьте главную цель принятия технических регламентов:

1. снижение материалоемкости производственных процессов
2. снижение энергоемкости и трудоемкости технологических процессов
3. защита жизни и здоровья граждан, имущества физических или юридических лиц, государственного или муниципального имущества
4. обеспечение конкурентоспособности продукции

7. Техническое регулирование - правовое регулирование в области:

1. аккредитации
2. установления и применения добровольных требований
3. оценки соответствия

4. безопасности продукции и процессов для жизни, здоровья и имущества граждан и окружающей среды
8. К обязательным требованиям технических регламентов относятся:
 1. безопасность продукции и процессов для жизни, здоровья, имущества граждан и окружающей среды
 2. обеспечение качества продукции, работ и услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и технологии
 3. экономия всех видов ресурсов
 4. всеобщее применение международных стандартов
9. Технический регламент принимается:
 1. национальной организацией по стандартам
 2. правительственным органом
 3. органом по сертификации
 4. международной организацией
10. К принципам технического регулирования не относится:
 1. недопустимость ограничения конкуренции при осуществлении аккредитации и сертификации;
 2. соответствие технического регулирования уровню развития национальной экономики;
 3. недопустимость совмещения полномочий органа государственного контроля (надзора) и органа по сертификации
 4. взаимозаменяемость продукции
11. Общие технические регламенты принимаются по вопросам:
 1. биологический и ядерной безопасности
 2. особенностей процессов производства продукции
 3. терминологии
 4. гармонизации международных и региональных стандартов
- 12 К принципам технического регулирования не относится:
 1. единство правил установления требований к объектам технического регулирования
 2. содействие повсеместной гуманитарной помощи
 3. единства правил и методов исследований и измерений при проведении процедур обязательной оценки соответствия
 4. недопустимость совмещения одним органом полномочий на аккредитацию и сертификацию
- 12 Технические регламенты устанавливают минимально необходимые требования, обеспечивающие:
 1. защиту национальных интересов слабо развитых стран
- стабилизацию мировой политической обстановки
 2. единство измерений
 3. рациональное использование ресурсов
- 13 Предписывающие технические регламенты содержат требования к:
 1. качественным характеристикам продукции
 2. особенностям процессов производства и эксплуатации
 3. экономической эффективности производства
 4. количественным характеристикам продукции
- 14 Российский знак обращения на рынке удостоверяет соответствие продукции:
 1. требованиям безопасности
 2. техническим условиям
 3. региональному стандарту
 4. международному стандарту
- 15 Что из перечисленного является средством обязательного подтверждения соответствия:
 1. национальные стандарты
 2. технические регламенты
 3. системы добровольной сертификации
 4. стандарты организаций
- 16 Каким Федеральным законом регулируются отношения, возникающие при оценке соответствия объекта требованиям технических регламентов?
 1. «О единстве измерений»

2. «О защите прав потребителей»
 3. «О техническом регулировании»
 4. «О стандартизации в РФ»
- 17 К нормативным элементам технического регулирования не относится:
1. аккредитация органов сертификации
 2. государственный контроль
 3. процедура подтверждения соответствия
 4. финансовая отчетность предприятия
- 18 Целью закона «О техническом регулировании» не является создание основы единой политики в областях:
1. экономики
 2. стандартизации
 3. сертификации
 4. технического регулирования
- 19 Техническое регулирование направлено на преодоление:
1. различий в обеспечении стабильности качества
 2. технических барьеров между странами в процессе товародвижения
 3. отсутствия единых подходов при создании продукции
 4. различий в технологиях производства
- 20 Государственный контроль и надзор за соблюдением требований технических регламентов осуществляется на стадии _____ продукции:
1. проектирования
 2. эксплуатации
 3. обращения
 4. утилизации
- 21 Обязательные требования стандартов устанавливаются к:
1. способам использования
 2. безопасности
 3. экономичности
 4. показателям качества и методам контроля
- 22 Применительно к продукции определенной организации разрабатывается:
1. ГОСТ
 2. ГОСТ Р
 3. СТО
 4. ТУ
- 23 основополагающие стандарты:
- а) устанавливают требования к конкретным видам работ, которые
 - б) осуществляются на различных стадиях жизненного цикла продукции;
 - в) устанавливают требования к группам однородной продукции.
 - г) разрабатываются с целью содействия взаимопониманию, техническому единству и взаимосвязи деятельности в различных областях науки, техники, ее производства
- 24 Главной целью деятельности ИСО является:
1. оказание помощи развивающимся странам
 2. содействие развитию международной стандартизации для обеспечения международного обмена товарами и услугами
 3. подготовка ведущих специалистов в области стандартизации и подтверждения соответствия
 4. содействие международному сотрудничеству в области электротехники
- 25 Какие из перечисленных товаров являются объектами стандартизации МЭК?
1. изделия военной техники
 2. изделия медицинской техники
 3. электроинструменты
 4. продукты общественно питания.
- 26 Перечень показателей для оценки качества услуги установлены:
1. в ТР ТС 021/2011
 2. в ГОСТ 52113-2003
 3. в ФЗ «О защите прав потребителей»

4. в ГОСТ Р 52113–2014
28. К показателям применения услуги относят:
 1. показатели совместимости
 2. показатели безопасности для окружающей среды
 3. общая и профилирующая подготовка персонала
 4. знание и соблюдение законодательства
- 29 К показателям надежности услуги относят:
 1. показатели совместимости
 2. своевременность и точность выполнения заказа
 3. показатели безопасности для окружающей среды
 4. знание и соблюдение законодательства
- 30 К показателям уровня профессиональной подготовки и квалификации относят:
 1. показатели совместимости
 2. показатели безопасности для окружающей среды
 3. знание и соблюдение законодательства
 4. своевременность и точность выполнения заказа
- 31 Совокупность показателей качества услуг вносят в документы:
 1. технические условия
 2. Своды правил
 3. Общероссийские классификаторы
 4. документы системы управления качеством
32. Совокупность показателей качества услуг вносят в документы:
 1. стандарты
 2. технические условия
 3. Общероссийские классификаторы
 4. Рекомендации по стандартизации
33. Являются ли путеводитель, туристская карта, туристское снаряжение, сувениры туристским продуктом?
 1. Да, материальные предметы являются туристским продуктом-предметом.
 2. Нет, все перечисленное является дополнением к другим продуктам.
 3. Нет, все перечисленное функционирует самостоятельно.
 4. Нет правильного ответа
34. Являются ли мультимедиа-планы городов, путеводители по музеям и историческим объектам, презентации регионов на компактдисках или на сайтах в Интернете туристским продуктом?
 1. Да, материальные предметы являются туристским продуктом-предметом.
 2. Нет, все перечисленное является дополнением к другим продуктам.
 3. Нет, все перечисленное функционирует самостоятельно.
 4. Нет правильного ответа
35. Можно ли считать туристским продуктом один ночлег в многоместном номере, горячие напитки (чай), завтрак (включается в стоимость ночлега), возможность самостоятельного приготовления еды?
 1. Да, обеспечение отдыха (ночевка) и питание являются базовой функцией туристского продукта-услуги.
 2. Вопрос составлен некорректно
 3. Нет, туристский продукт-услуга охватывает гостиничную, гастрономическую, транспортную, экскурсоводческую услуги одновременно.
 4. Нет правильного ответа
36. Можно ли считать туристским продуктом всемирные выставки, фестивали, ярмарки, а также кино- и музыкальные фестивали, спортивные мероприятия (олимпийские игры, чемпионаты мира и т. п.)?
 1. Да, значительная тематическая и организационная однородность, а также конкретная локализация во времени и в пространстве характеризуют туристский продукт-событие.
 2. Нет, такие мероприятия существуют самостоятельно.
 3. Нет, турпродукт выражается в совокупность вещественных (предметов потребления) и не вещественных (в форме услуги) потребительных стоимостей.
37. Можно ли туристский продукт-мероприятие отождествлять с понятиями «туристский пакет»?

1. Да.
 2. Нет, туристский продукт-мероприятие состоит из комплекса услуг.
 3. Нет, примерами продуктов этого типа могут быть только путешествия, экскурсии, рейды.
38. К какой категории туристского продукта относится посещение одной главной достопримечательности (услуги), сконцентрированной на одном объекте?
1. Туристский продукт-объект.
 2. Туристский продукт-услуга.
 3. Туристский продукт-место.
39. К какой категории туристского продукта относится посещение нескольких мест или объектов, объединенных некоторой значимой идеей и связанных между собой чаще всего особым образом обозначенной трассой (пешеходной, водной, автомобильной), а также обладающих развитой инфраструктурой, элементы которой размещены вдоль трассы
1. Туристский продукт-маршрут.
 2. Туристский продукт-объект.
 3. Туристский продукт-место.
40. К какой категории туристского продукта туристу предлагаются не только природные и антропогенные достопримечательности, но и услуги различных хозяйствующих субъектов, оказываемые на базе существующей туристской и паратуристской инфраструктуры, исторического и культурного наследия, гостеприимства и доброжелательности жителей?
1. Туристский продукт-место.
 2. Туристский продукт-маршрут.
 3. Туристский продукт-объект.
41. Исходный турпродукт- это:
1. созданный кем-то высоковостребованный или имеющий высокую динамику роста спроса турпродукт, который туроператор использует при создании нового для себя турпродукта.
 2. имеющий низкую динамику роста спроса турпродукт
 3. продукт, который туроператор использует при редактировании предыдущий турпродукт.
42. Технология создания турпродукта в выбранном виде туризма- это
1. совокупность методов выявления потребностей и предпочтений потребителей в выбранном виде туризма
 2. единый комплекс методов подбора турпродукта
 3. заключение договоров с предварительно подобранными поставщиками услуг
43. Дестинация-
1. территория временного пребывания туриста в период оплаченного им тура, на которой туристу предоставляется набор услуг, отвечающих его туристским потребностям
 2. территория временного пребывания туриста
 3. период оплаченного тура, на которой туристу предоставляется набор услуг, отвечающих его туристским потребностям
44. Типы туризма-
- | | | |
|------------------|------------------|-------------|
| 1. внутренний | 2. въездной | 3. выездной |
| 4. рекреационный | 5. экологический | 6. деловой |
45. Что входит в рекреационный туризм:
1. спортивный
 2. курортно-оздоровительный
 3. лечебно-оздоровительный
 4. курортно-развлекательный
46. Тур - это
1. реализуемая покупателю товарная форма турпродукта, а именно - набор услуг и товаров, объединенных общей целью путешествия, предоставляемых по определенной программе и определенной цене и привязанных к конкретному маршруту, средствам размещения и датам
 2. набор услуг и товаров, объединенных общей целью путешествия
 3. программа реализуемая покупателю товарная форма турпродукта, а именно - набор услуг и товаров
47. Турпакет – это
1. услуги и товары, объединенные общей целью путешествия
 2. минимальный предлагаемый туристу комплекс услуг и товаров, объединенных общей целью путешествия и привязанных к одной из элементарных базовых услуг.

3.услуга, которая воплощает в себе общую цель именно этого турпродукта и определяет формирование всего набора остальных услуг.

48. Верны ли определения?

А) Первичные ресурсы – это материалы, трудовые ресурсы, топливо, услуги и работы со стороны.

В) Вторичные ресурсы – это внутрипроизводственные услуги, созданные силами туркомпании основные средства.

Подберите правильный ответ

1. А - нет, В - да 2. А - да, В – да 3. А - нет, В – нет 4. А - да, В - нет

49. Верны ли определения?

А) Правильный отдых – это тот, в результате которого действительно организм восстанавливает силы, накапливает новые ресурсы и готов начать работать сразу по завершению отдыха.

В) Неправильный отдых – это отдых, после которого нужно восстанавливать силы.

Подберите правильный ответ

- А - да, В – нет 2. А - нет, В – да 3. А - нет, В – нет 4. А - да, В – да

50. Верны ли определения?

А) Рекреация – фактор, лимитирующий размещение ряда производств с повышенной вредностью.

В) Рекреация - комплекс оздоровительных мероприятий, осуществляемых с целью восстановления нормального самочувствия и работоспособности здорового, но утомленного человека.

Подберите правильный ответ

1. А - да, В – нет 2. А - да, В – да 3. А - нет, В – нет 4. А - нет, В - да

51. Разработка идеи тура; поиск и отбор партнеров и поставщиков; формирование основного и дополнительного комплекса услуг; экспериментальная проверка тура это всё...

1. Этапы формирования тура
2. Разработка маршрута
3. Целевое назначение тура
4. Разработка идеи тура

52. Что представляет собой метод «мозгового штурма»?

1. Это процесс генерирования новых идей для формирования их максимально широкого круга, с последующим анализом и отбором наиболее перспективных
2. Благоприятное или неблагоприятное восприятие потребителем определенной фирмы, а также ее товаров на рынке
3. Сниженная цена для жителей определенной страны, путешествующих внутри этой страны
4. Разнообразие цен на различные услуги, меняющиеся в зависимости от сезона

53. На каких принципах основывается подход к поиску и отбору поставщиков:

1. Туристское предприятие должно ориентироваться не на сиюминутные выгоды, а на долгосрочное сотрудничество
2. Сотрудничество должно быть взаимовыгодным для обеих сторон и иметь перспективы развития
3. Услуги, оказываемые партнером, должны полностью соответствовать тем критериям качества, которые предъявляют к ним целевые потребители
4. Все ответы верны

54. Действия по комплектации тура из услуг партнеров или поставщиков на основе их реального предложения это...

1. Экспериментальная проверка тура
2. Формирование основного и дополнительных комплексов услуг
3. Разработка идеи тура
4. Поиск и отбор поставщиков и партнеров

55. Ключевым фактором, влияющим на успех туристского пакета, является его...

1. Наличие дополнительных услуг
2. Качество
3. Цена
4. Сервис

56. Наибольшей гибкостью в ценообразовании обладают.

1. Экскурсоводы
2. Турагенты

3. Туристы
4. Туроператоры
57. Экспериментальная проверка тура это.
 1. Начальный этап формирования тура
 2. Заключительный этап формирования тура
 3. Все ответы верны
 4. Нет правильного ответа
58. Целью стади-тура является.
 1. Встреча или проводы в аэропорту
 2. Провоз пассажиров из одной страны в другую через промежуточную страну
 3. Формирование представления о качествах тура
 4. Нет правильного ответа
59. Комфортность в туризме.
 1. Туристские услуги должны предоставляться в комфортных условиях обслуживания, созданных для потребителя
 2. Художественное решение зданий, территории туристского предприятия, пространственная организация маршрута и т. д.
 3. Разнообразие цен на различные услуги, меняющиеся в зависимости от сезона
 4. Это время, в которое гость должен освободить комнату или оплатить проживание в определенный день
60. Основное направление в работе по безопасности в туризме является.
 1. Соблюдение режима дня
 2. Предупреждение травматизма и несчастных случаев
 3. Словесные предупреждения
 4. Призывы и назидания
61. Комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его туристского путешествия.
 1. туристский продукт
 2. туристская услуга
 3. туристский пакет
 4. нет верного ответа

7.3.3. Задания для выработки практических навыков и умений обучающихся

1.Письменная работа, 1-й вариант

1. Определить трех ведущих туроператоров по рекреационному туризму.
2. Исследовать основные маршруты, предлагаемые ведущими туроператорами на рынке для массового отдыха российских туристов, на примере Турции.
3. Провести сравнительный анализ туристского продукта ведущих туроператоров, формирующих массовые туры на отдых российских граждан в Белеке.

2.Письменная работа, 2-й вариант

1. Определить трех ведущих туроператоров по экскурсионным турам в Западную Европу.
2. Исследовать основные маршруты, предлагаемые ведущими туроператорами на рынке экскурсионного туризма для российских туристов, на примере Франции.
3. Провести сравнительный анализ туристского продукта ведущих туроператоров, формирующих групповые экскурсионные туры в Париж для российских граждан.

3.Письменная работа, 3-й вариант

1. Определить трех ведущих туроператоров по въездному туризму.
2. Исследовать основные маршруты, предлагаемые российскими туроператорами на рынке экскурсионного туризма для иностранных туристов.
3. Провести сравнительный анализ туристского продукта ведущих туроператоров, организующих прием групп иностранных туристов в России и обслуживание их по традиционным маршрутам на примере городов «Золотого кольца».

4.Письменная работа, 1-й вариант:

1. Разработать программу инсентив-тура для молодежной группы работников редакции газеты «МК» (50 чел.) на week-end (3 дня / 2 ночи) в Париже (Франция).
2. Составить калькуляцию стоимости сформированного туристского продукта.

5.Письменная работа, 2-й вариант:

1. Разработать деловую программу по повышению квалификации (семинар «Информационные технологии») для группы работников среднего звена и руководителей российских предприятий автомобильной промышленности (15 чел.) в Токио (Япония), 10 дней / 9 ночей.
2. Составить калькуляцию стоимости сформированного туристского продукта.

6. Письменная работа, 3-й вариант:

1. Разработать деловую программу по повышению квалификации (семинар «Кадровая политика на предприятии») для группы начальников отделов кадров крупнейших российских предприятий (15 чел.) по маршруту Лос-Анджелес – Лас-Вегас - Чикаго (США), 10 дней / 9 ночей.
2. Составить калькуляцию стоимости сформированного туристского продукта.

1-й вариант задания

Сегментирование рынка по экономическому принципу основывается на различиях в уровне доходов групп потребителей. Обычно выделяют следующие сегменты потребителей:

- **VIP-клиенты,**
- **клиенты тур-класса обслуживания,**
- **клиенты эконом-класса обслуживания.**

Задание:

1. составить и заполнить таблицу 1 для выделенных сегментов потребителей по предложенной схеме;

Таблица 1

Выделенный сегмент потребителей	Потребности сегмента	Требования к возможностям туроператора, работающего с сегментом
VIP-клиенты		
клиенты тур-класса обслуживания		
клиенты эконом-класса обслуживания		

2. в таблице 2 представлены три различных туристских продукта. Определите, для какого из выше перечисленных сегментов потребителей предназначен каждый из них, обоснуйте свой выбор;

Таблица 2

1	2	3
Тур в Египет для 2 взрослых от туроператора "TEZ TOUR" 01.02.2013-08.02.2013 (8 дней/7 ночей) Отель 4* "Club Azur" в Хургаде (1 Family Room, питание - «всё включено»), перелет эконом. классом а/к "I Fly" 53 тыс. руб. с учётом программы раннего бронирования (скидки до 30%)	Тур на Маврикий для 2 взрослых от туроператора "SODIS" 01.02.2013-08.02.2013 (8 дней/7 ночей) Отель 5* "Anahita" на восточном побережье (1 bedroom Suite Sea View, питание - полупансион), перелет бизнес-классом а/к "Emirates" 550 тыс. руб.	Классический экскурсионный тур по Австрии, Чехии, Венгрии для 2 взрослых от туроператора "DSBW-TOURS", 02.01.2013-12.01.2013 (11 дней/10 ночей) , отели 2/3*. ж/д до Бреста + автобус, без ночных переездов. Маршрут: Прага – Карловы Вары – Вена – Венский лес – Будапешт – Сентендре – Краков 41 тыс. руб.

3. дополните (продолжите) таблицу 2 аналогичными примерами туристских продуктов для указанных сегментов.

2-й вариант задания

Аутгоинг, как наиболее сложный вид туроперейтинга подразумевает возможность двух схем организации туров:

- презентативную и
- репрезентативную.

Задание: сформировать туристский продукт для группы родителей с детьми (20 человек) на школьные каникулы в Диснейленд (Франция). Для этого:

1. изучить услуги, предлагаемые различными поставщиками туристских услуг (таблицы 1 и 2) и составить договорной план тура.

Таблица 1

Авиаперелёт по маршруту Москва-Париж-Москва

А/к «Аэрофлот»	А/к «Air France»
Ежедневно 2 рейса на Париж (в 9 утра и 7 вечера) и обратно (в 12 дня и 12 ночи)	Ежедневно 5 рейсов на Париж и обратно (утренние, дневные и вечерние)
Наиболее подходящие рейсы Туда SU249 08:50 – 10:45 Обратно SU250 11:45 – 17:20	Наиболее подходящие рейсы Туда AF2345 09:15 – 11:15 Обратно AF2544 16:05 – 21:45
Стоимость билета в эконом. классе на 1 взр.: 18 400 руб. ~ 460 евро на 1 реб. до 12 лет: 15 000 руб. ~ 375 евро Условия бронирования, оплаты (24-72 ч) и аннуляции билетов (только таксы и сборы более, чем за сутки до вылета) примерно одинаковые. Групповой тариф дает несущественную скидку.	Стоимость билета в эконом. классе на 1 взр.: 18 640 руб. ~ 466 евро на 1 реб. до 12 лет: 16 250 руб. ~ 406 евро Условия бронирования, оплаты (3 – 5 суток) и аннуляции билетов (100 евро) примерно одинаковые. Air France / KLM - скидки от 10% на групповые перевозки (от 10 пассажиров).

Таблица 2

Наземное обслуживание.		
Услуга	Презентативная схема	Репрезентативная схема
Базовый пакет услуг в Диснейленде 5 дней / 4 ночи: размещение в стандартном номере с двумя двухспальными кроватями, питание – полупансион, входные билеты в парки и на 1 шоу с ужином. Акции: 6 дн / 5 н по цене 5 дн / 4 н, для детей до 12 – бесплатное проживание и билеты в парки	(напрямую с отелями в Диснейленде) 2* Santa Fe Взр. $334 - 10\% + 19 \times 4 + 49 = 426 \text{ е}$ Реб. $0 + 9 \times 4 + 37 = 73 \text{ евро}$ 3* Sequoia Lodge Взр. $440 - 10\% + 25 \times 4 + 49 = 545 \text{ е}$ Реб. $0 + 11 \times 4 + 37 = 81 \text{ евро}$	Meet-company "Travelscope" Идентичный пакет услуг в Диснейленде + трансфер с гидом аэропорт – отель, в ходе которого будет проведена 2,5 часовая обзорная экскурсия по Парижу + трансфер с сопровождающим отель – аэропорт.
Трансфер аэропорт-отель-аэропорт	(напрямую с транспортной компанией "VEA Navette" Взр. 15x2 (туда и обр.) = 30 е Реб. 10x2 (туда и обр.) = 20 е	
Обзорная экскурсия по Парижу (по возможности совмещенная с трансфером)	-	
Стоимость наземного обслуживания (НЕТТО)	2* взр. – 456 евро реб. – 93 евро 3* взр. – 575 евро реб. – 101 евро	2* взр. – 420 евро реб. – 100 евро 3* взр. – 525 евро реб. – 110 евро

1. Составить калькуляцию стоимости сформированного туристского продукта.

7.3.3. Задания для подготовки к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям.

1-ый рейтинг контроль

1. Понятие деятельности туроператора
2. Виды деятельности туроператора.
3. Понятие, классификация и функции туроператоров.
4. Основные различия между туроператором и турагентом.
5. Туристский продукт.
6. Понятие и потребительские свойства туристского продукта.
7. Характеристики, отличающие услугу от товара.
8. Три уровня туристского продукта.
9. Концепция жизненного цикла туристского продукта.

2-ой рейтинг контроль

1. Цикл работ туроператора по формированию, продвижению и реализации туристского продукта.
2. Основные этапы турпроектирования.
3. Основные этапы маркетингового исследования рынка, принципы анализа рынка потребителей и конкурентной среды.
4. Стратегии туроперейтинга на туристском рынке.
5. Процесс производства туристского продукта: факторы, средства и технологии.
6. Основные этапы турпланирования.
7. Составление договорного плана тура. Основное содержание договоров с поставщиками туристских услуг.
8. Основные функции и классификация турагентов

3-ий рейтинг контроль

1. Основные цели и инструменты продвижения туристского продукта.
2. Разновидности агентских сетей.
3. Способы стимулирования агентской деятельности.
4. Специфические функции и основные носители туристской рекламы.
5. Реализация туристского продукта.
6. Алгоритм работы и основные требования, предъявляемые к менеджеру офиса прямых продаж.
7. Организация деятельности представителя (представительства) российского аутгоинг-туроператора по обслуживанию клиентов за рубежом.
8. Основные документы, регламентирующие взаимоотношения туроператоров и турагентов, туроператоров и туристов.

7.3.4. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию

1. Туристические операторы: сущность, функции.
2. Классификация туроператоров (по форме собственности, по виду деятельности). Инициативные и рецептивные туроператоры.
3. Аутгоинговые, инкаминговые, инсайд-туроператоры.
4. Профиль работы туристического оператора.
5. Туристические агенты: сущность, задачи, формы.
6. Современные разновидности агентских сетей: прямая, презентативная, совмещенная.
7. Современные стратегии создания агентских сетей. Способы стимулирования деятельности турагентов.
8. Общие нормативно-правовые акты, определяющие работу субъектов туристской индустрии в РФ.
9. Специальные нормативно-правовые акты, регулирующие туристскую деятельность в РФ.
10. Сегментирование туристического рынка по экономическому принципу и на принципах количественного предпочтения туристов
11. Сегментирование туристического рынка по возрастному принципу, по принципам туристических предпочтений.
12. Маркетинговое исследование и анализ конкурентной среды туристического рынка.
13. Основные типы конкурентного поведения на туристическом рынке.
14. Позиционирование туров и туроператоров: подходы, уровни позиционирования.
15. Схемы работы туристического оператора по реализации и организации туров.
16. Идентификация поставщиков туристических услуг и оформление договорной базы тура.
17. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний.
18. Схемы работы современного туроператора с предприятиями гостиничной индустрии.
19. Схемы взаимоотношений туроператора и авиакомпаний. Договор чартерной перевозки.
20. Схемы взаимоотношений туроператора и железнодорожных компаний.
21. Схемы взаимодействия современных туроператоров и судовладельцев.
22. Схемы взаимоотношений туроператора и автотранспортных предприятий.
23. Взаимоотношения туристического оператора и экскурсионной компании.
24. Взаимоотношения туроператора и страховой компании.

25. Обеспечение визовой поддержки российских и иностранных туристов отечественными туроператорами.
26. Виза: сущность, виды. Особенности оформления визы.
27. Процедура ценообразования в туроперейтинге.
28. Методы ценообразования и виды цен в туризме.
29. Ассортимент туроператора: особенности, формы.
30. Инструменты продвижения туристического продукта на рынок.
31. Туристическая реклама: функции, носители.
32. PR-акции как инструмент продвижения туров.
33. Стимулирование потребителей в туроперейтинге.
34. Разработка учредительных документов и регистрация туристической фирмы.
35. Порядок ликвидации туристической фирмы.
36. Нравственные и психологические аспекты общения с клиентами персонала турфирмы.
37. Правила эффективной работы с клиентами персонала турфирмы.
38. Требования к стилю и методам работы руководителя турпредприятия.
39. Рассмотрение претензий и жалоб. Защита прав туриста и интересов фирмы.
40. Сущность и основные принципы инноваций в туризме.
41. Основные направления инновационной деятельности туристских организаций.
42. Государственная поддержка инновационной деятельности в туризме.
43. Цель и значимость туристских формальностей в организации туристского обслуживания. Паспортные формальности.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методическими материалами, определяющими процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций являются внутривузовские локальные нормативные акты: «Положение о балльно-рейтинговой системе контроля и оценки успеваемости студентов» и «Положение о промежуточной аттестации обучающихся».

График проведения рейтинговых контрольных мероприятий и даты проведения промежуточной аттестации, по курсам и семестрам, отражены в утверждённых проректором по УР календарных учебных графиках и расписаниях промежуточной аттестации по направлению подготовки (специальности), которые размещаются на информационных стендах институтов (факультетов) и на сайте университета в установленные сроки.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература:

1. Хайретдинова, О.А. Технология и организация туроператорской деятельности: Учебное пособие для студентов и преподавателей по междисциплинарному курсу по специальности среднего профессионального образования 43.02.01 Туризм / О.А. Хайретдинова ; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Уфимский государственный университет экономики и сервиса" (УГУЭС), Министерство образования и науки Российской Федерации. - Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015. - 107 с. [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445129> (13.02.2017).
2. Жуков, А. А. Технология и организация операторских и агентских услуг [Текст] : учебник для студ. высш. проф. образования, обуч. по напр. "Туризм" / А. А. Жуков, С. О. Дерябина. - 2-е изд., стер. - М.: Издательский центр "Академия", 2014. - 208 с.
3. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности [Текст]: учебник учебник для студ. высш. проф. образов., обуч. по напр. "Туризм" / Е.Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 272 с.

Дополнительная литература

4. Бутко, И. И. Туризм: Транспортные туры и круизы [Текст] : учеб. пособие для студ. гуманитарных и профильных фак-тов вузов / И. И. Бутко. - Ростов н/Д : Изд. центр МарТ : Феникс, 2010. - 332 с.

5. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование [Текст] : учебник для студ. вузов, обуч. по напр. подготовки "Туризм" / Е. А. Джанджугазова. - 2-е изд., доп. - М. : Академия, 2016. - 272 с.
6. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы [Текст]: учебник для вузов / Е.Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 192 с.
7. Каурова, А. Д. Организация сферы туризма [Текст] : учеб. пособие для вузов / А.Д. Каурова. - 2-е изд., пер. и доп. - СПб. : Изд. дом Герда, 2006. - 320 с.
8. Квартальнов, В. А. Теория и практика туризма [Текст] : учебник для вузов / В.А. Квартальнов. - М. : Финансы и статистика, 2003. - 672 с.
9. Кусков, А. С. Основы туризма [Электронный ресурс] : электронный учебник / А. С. Кусков, Ю. А. Джаладян. - М. : КНОРУС, 2010. - эл. опт. диск (CD-ROM).
10. Рындач, М. А. Основы туризма [Текст] : учебное пособие для студ. вузов, обуч. по спец. "Туризм" / М. А. Рындач ; ред. С. Н. Смоленский. - М. : Изд.-торг. корп. "Дашков и К" : Наука-Спектр, 2012. - 204 с.
11. Туризм: Безопасность в программах туров и на туристских маршрутах [Текст] : учебное пособие / И. И. Бутко [и др.]. - Ростов н/Д : Феникс : Изд. центр МарТ, 2009.
12. Ушаков, Д. С. Прикладной туроперейтинг [Текст] : учеб. пособие / Д.С. Ушаков. - М. - Ростов н/Д : ИКЦ "МарТ", 2004. - 416 с.

9. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем.

- **ЭБС «Издательства Лань»**
Коллекция «Единая профессиональная база знаний для аграрных вузов»
ООО «Издательство Лань».
 Лицензионный договор № 003/2025-44ФЗ от 22.05.25 г сроком на 1 год
<http://e.lanbook.com/>
- **Сетевая электронная библиотека**
ООО «ЭБС ЛАНЬ»
 Договор № СЭБ НВ-164 от 17.12.2019 г. – бессрочный
<http://e.lanbook.com/>
<http://seb.e.lanbook.com/>
- **ЭБС «Университетская библиотека online». Базовая часть**
ООО «Директ-Медиа»
 Контракт № 51-04/2025 от 22.05.2025 г сроком на 1 год
<http://biblioclub.ru>
- **Научная электронная библиотека e-LIBRARY.RU (SCIENCE INDEX)**
ООО Научная электронная библиотека.
 Лицензионный договор № SIO-2114/2025 от 06.05.2025 сроком на 1 год
<http://elibrary.ru>
- **Сертификат ИТС ПО САБ ИРБИС64**
ООО «Эй Ви Ди - Систем»
 Договор № А-12933 от 12.04.2024 г. сроком на 1 год
- **Гарант**
ООО «Гарант-КБР» Договор № 305-2025г. от 09.01.2025 г. сроком на 1 год

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Система университетского обучения основывается на рациональном сочетании нескольких видов учебных занятий (в первую очередь, лекций, практических работ), работа на которых обладает определенной спецификой.

На лекциях студенту рекомендуется внимательно слушать учебный материал, записывать основные моменты, идеи, пытаться сразу понять главные положения темы, а если что не ясно – делать соответствующие пометки. После лекции во внеурочное время целесообразно прочитать записанный материал с целью его усвоения и выяснения непонятных вопросов.

Для подготовки и выполнения практических работ студенту следует завести отдельную тет-

радь. При подготовке к практическому занятию студенту следует составить краткий ответ (1-2 стр.) на контрольные вопросы к практическим занятиям. Студент должен тщательно готовиться к практическим занятиям путем проработки теоретических положений по теме занятия из конспекта лекции, рекомендуемых учебников, учебных пособий, дополнительной литературы, интернет - источников.

Защита практических работ, приходящиеся на каждый промежуточный рубеж оценивается в **10 баллов** (за три точки - **30 баллов**).

Раздел «Самостоятельная работа» информирует обучающихся, какие вопросы раздела (модуля) выносятся на самостоятельное изучение, об их учебно-методическом обеспечении (учебники, учебные пособия, методические указания, рекомендуемые страницы и т.д.). Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется учебной программой дисциплины, методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя.

Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Самостоятельная работа в аудиторное время может включать:

- конспектирование (составление тезисов) лекций;
- выполнение контрольных работ;
- решение задач;
- работу со справочной и методической литературой;
- работу с нормативными правовыми актами;
- выступления с докладами, сообщениями на семинарских занятиях;
- защиту выполненных работ;
- участие в оперативном (текущем) опросе по отдельным темам изучаемой дисциплины;
- участие в собеседованиях, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;
- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время может состоять из:

- повторение лекционного материала;
- подготовки к семинарам (практическим занятиям);
- изучения учебной и научной литературы;
- изучения нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решения задач, выданных на практических занятиях;
- подготовки к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовки рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выполнения курсовых работ, предусмотренных учебным планом;
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов.

Степень усвояемости вопросов самостоятельной работы определяется при текущем и промежуточном контроле и при промежуточной аттестации.

Студенты заочной формы обучения, после окончания предыдущей сессии, ознакомляются с целями и задачами изучения дисциплины, с перечнем вопросов которые они должны изучать для формирования индикаторов достижения компетенции, запланированных в рабочей программе.

Студенту следует тщательно готовиться к промежуточному контролю (тестированию, контрольным работам, контрольным опросам), прорабатывая конспект лекций и рекомендуемую литературу.

Подготовка к промежуточной аттестации.

При подготовке к промежуточной аттестации целесообразно:

- внимательно изучить перечень вопросов и определить, в каких источниках находятся сведения, необходимые для ответа на них;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Дисциплина «Организация туроперейтинга» рассчитана на изучение в один семестр и за-

канчивается экзаменом.

11. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

11.1 Лицензионное программное обеспечение

AutoDesk AutoCad 2012 Education Product Standalone б/н

Антиплагиат.ВУЗ 5.0 Модуль поиска «Объединенная коллекция 2020» лицензионный договор № 10023 от 12.05.2025 г. сроком на 1 год

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition № лицензии 26ЕС-241021-134643-810-2826, договор № 651/А от 18.10.2024 г. до 31.10.2025

11.2 Интернет-ресурсы свободного доступа

Интернет-ресурсы свободного доступа

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	http://www.edu.ru/index.php
Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	http://window.edu.ru/

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п.п.	Вид учебной работы	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Лекционные занятия	Аудитории для проведения занятий лекционного типа в соответствии с перечнем аудиторного фонда	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, ноутбук, персональный компьютер, плакаты, эскизы, проспекты и т.д.
2.	Практические занятия	Аудитории для проведения практических занятий в соответствии с перечнем аудиторного фонда	Доска аудиторная, специализированная мебель, экран настенный, проектор, ноутбук, персональный компьютер, плакаты, эскизы, проспекты и т.д.
3.	Самостоятельная работа	Учебная аудитория с выходом в Интернет для организации самостоятельной работы обучающихся; читальный зал научной библиотеки	Доска аудиторная, специализированная мебель, компьютера с выходом в интернет