

**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



27.05. 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Б1.В.02 ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ОПЕРАТОРСКИХ И
АГЕНТСКИХ УСЛУГ**

Направление подготовки **43.03.02 Туризм**

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

Квалификация выпускника **бакалавр**

Курс обучения **4,4(4,5)**

Семестр **7,8(8,9)**

Форма обучения **очная (заочная)**

Нальчик - 2025

Рабочая программа дисциплины Б1.В.02 «Технология и организация операторских и агентских услуг» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, утвержденном 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.

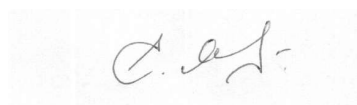
Составитель рабочей программы
к. б.н., доцент



Т.Х. Тлупов

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 торгово-технологического факультета
Протокол от «23» мая 2025 г. № 10

Председатель МК торгово-
технологического факультета
К.б.н., доцент



Т.Х. Тлупов

Согласовано:

Директор научной библиотеки



И.А. Шогенова

«22» мая 2025 г.

1. Цель и задачи дисциплины.

Курс «Технология и организация операторских и агентских услуг» посвящен теоретическим и практическим вопросам организации международного и российского туристского бизнеса. В нем раскрываются основы туроперейтинга и продвижения туристского продукта, технологии создания туристского предприятия и работы с клиентами в практике туристских агентств.

Целью изучения дисциплины является формирование знаний, умений и навыков у будущих специалистов в области технологии и организации и туристской деятельности.

Задачи курса:

- формирование знаний о принципах, методах и технологии организации туристского бизнеса;
- овладение методикой планирования, организации, мотивации и контроля на туристском предприятии;
- овладение законодательными и нормативно-правовыми основами взаимодействия туроператорских и агентских фирм с партнерами и потребителями услуг (туристами).

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

Коды 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: структуры туристской отрасли, особенностей правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности Уметь: применять знания организационных основ туристской индустрии Владеть: навыками организации правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности
		ИД-2 _{ПК-1} Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Знать: методологические приемы для подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности Уметь: подбирать персонал для туристского предприятия. Владеть: навыками подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности
		ИД-3 _{ПК-1} Осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	Знать: методологические основы для осуществления руководства трудовым коллективом Уметь: руководить трудовым коллективом хозяйственными и финансово-экономическими процес сами туристской организации Владеть: навыками руководства трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации
ПК-4	Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и	ИД-2 _{ПК-4} Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных	Знать: Методы и способы формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий Уметь: формировать туристский продукт с учетом индивидуальных и специальных требований туриста Владеть: навыками формирования туристского продукта, на основе

	информационно-коммуникативных технологий	требований туриста	современных информационно-коммуникативных технологий
		ИД-3 _{ПК-4} Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Знать: приемы для организации продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг. Уметь: организовать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг. Владеть: навыками организации продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.
		ИД-4 _{ПК-4} Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов	Знать: Теоретические основы для ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов Уметь: вести переговоры с партнерами Владеть: навыками ведения переговоров с партнерами и согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов
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: классификации туристских услуг, их характеристик; теории обслуживания; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии Уметь: применять знания классификации туристских услуг, их характеристик; теории обслуживания; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии Владеть: навыками применения знаний классификации туристских услуг, их характеристик; теории обслуживания; технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии
		ИД-2 _{ПК-5} Осуществляет проведение мероприятий по продвижению туристского продукта	Знать: теоретические основы для проведения мероприятий по продвижению туристского продукта Уметь: проводить мероприятий по продвижению туристского продукта Владеть: навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта
		ИД-4 _{ПК-5} Применяет знания офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности, интернет-технологии	Знать: методологические основы для применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности Применяет знания офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности Уметь: Применяет знания офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности Владеть: навыками применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности, интернет-технологии

3. Место дисциплины в структуре ОПОП.

Дисциплина «Технология и организация операторских и агентских услуг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)», включенной в учебный план направления подготовки 43.03.02 «Туризм», направленности «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг».

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

Учебные занятия	Очная форма обучения			Заочная форма обучения		
	семестр			семестр		
	Всего	7 З.е., часов	8 З.е., часов	Всего	8 З.е., часов	9 З.е., часов
Контактная работа з.е/час, в том числе (час):	3,5/125(28)*	1,8/65	1,7/60	1,05/38(8)*	0,44/16	0,61/22
лекции	42	24(6)*	18(4)*	12	6	6
практические занятия	63	36(10)*	27(8)*	16	8(4)*	8 (4)*
групповые консультации	4	1	3	4	1	3
контрольные балльно-рейтинговые мероприятия	6	3	3		-	-
промежуточная аттестация: зачет, экзамен	10	1	9	6	1	5
Самостоятельная работа з.е./, в том числе (час)	3,5/127	1,2/43	2,3/84	5,93/214	2,55/92	3,38/122
самостоятельное изучение отдельных тем модуля, подготовка к практическим занятиям	100	43	57	205	87	118
подготовка к промежуточной аттестации	27	-	27	9	5	4
Общая трудоемкость, з.е./час	7/252	3/108	4/144	7/252	108	144

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		Сам. работа
		Лекции	Практическ ие занятия	
Раздел 1. Введение в туроперейтинг				
1	Введение в предмет. Туризм как объект управления. Современный туристский рынок.	2(2)*	2(2)*	1
2	Государственное регулирование туристской деятельности в России. Понятия и виды деятельности туроператора.	2(2)*	4	2
Раздел 2. Этапы создания туристской фирмы				
3	Создание турфирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы	2	4	4
4	Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы	2	4	4
5	Наружное и внутреннее оформление фирмы	2	4(2)*	4
Раздел 3. Создание привлекательного туристского продукта				
6	Поставщики услуг. Транспортное обеспечение в туризме.	2	4(2)*	4
7	Разработка туристского продукта. Пакет услуг. Проектирование тура.	2	4(2)*	4
8	Программа обслуживания. Туристская документация	2	2	4
9	Классы обслуживания	2	2	4
10	Договорная деятельность в туризме. Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг.	2(2)*	2(2)*	4
11	Ценообразование в туристской деятельности	2	2	4
12	Туристские формальности. Визовая поддержка	2	2	4
	Итого по дисциплине: 7 семестр (зачет)	24 (6)*	36(10)*	43
Раздел 4. Продвижение туристского продукта				
13	Организация продвижения и реализации туристского продукта. Формирование сбытовой сети	2(2)*	2(2)*	4
14	Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение	2	2	5
15	Технология бронирования и продажи туристского продукта. Автоматизация туристской деятельности	2	2(2)*	6
16	Нерекламные методы продвижения турпродукта.	2(2)*	2(2)*	6

	Стимулирование продаж и пропаганда туристского продукта			
17	Каталог туроператора основной носитель информации для продвижения турпродукта. Выставочная деятельность	2	2	6
Раздел 5. Работа с клиентом				
18	Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса. Технология продаж	2	4(2)*	6
19	Порядок предоставления информации о маршруте.	2	4	6
20	Работа с документами клиента и подписание договора. Инструктаж клиентов	2	4	6
21	Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур)	1	3	6
22	Работа с претензиями. Безопасность в туризме	1	2	6
	Итого по дисциплине: 8 семестр (экзамен)	18(4)*	27(8)*	57
	Всего:	42(10)*	63(18)*	100

(*)* - 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		Сам. работа
		Лекции	Практические занятия	
Раздел 1. Введение в туроперейтинг				
1	Введение в предмет. Туризм как объект управления. Современный туристский рынок.	0,5	-	5
2	Государственное регулирование туристской деятельности в России. Понятия и виды деятельности туроператора.	0,5	0,5	6
Раздел 2. Этапы создания туристской фирмы				
3	Создание турфирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы	0,5	0,5	6
4	Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы	0,5	-	6
5	Наружное и внутреннее оформление фирмы	0,5	2(2)*	8
Раздел 3. Создание привлекательного туристского продукта				
6	Поставщики услуг. Транспортное обеспечение в туризме.	0,5	0,5	8
7	Разработка туристского продукта. Пакет услуг. Проектирование тура.	0,5	0,5	8
8	Программа обслуживания. Туристская документация	0,5	0,5	8
9	Классы обслуживания	0,5	0,5	8
10	Договорная деятельность в туризме. Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг.	0,5	2(2)*	8
11	Ценообразование в туристской деятельности	0,5	0,5	8
12	Туристские формальности. Визовая поддержка	0,5	0,5	8
	Итого по дисциплине: 8 семестр (зачет)	6	8(4)*	87
Раздел 4. Продвижение туристского продукта				
13	Организация продвижения и реализации туристского продукта. Формирование сбытовой сети	0,5	2(2)*	10
14	Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение	0,5	0,5	12
15	Технология бронирования и продажи туристского продукта. Автоматизация туристской деятельности	0,5	0,5	12
16	Не рекламные методы продвижения турпродукта. Стимулирование продаж и пропаганда туристского продукта	1	0,5	12
17	Каталог туроператора основной носитель информации для продвижения турпродукта. Выставочная деятельность	0,5	0,5	12
Раздел 5. Работа с клиентом				
18	Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса. Технология продаж	0,5	2(2)*	12
19	Порядок предоставления информации о маршруте.	0,5	0,5	12
20	Работа с документами клиента и подписание договора. Инструктаж клиентов	0,5	0,5	12

21	Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур)	0,5	0,5	12
22	Работа с претензиями. Безопасность в туризме	1	0,5	12
	Итого по дисциплине: 9 семестр (экзамен)	6	8(4)*	118
	Всего:	12	16(8)*	205

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах.

4.4 Содержание разделов дисциплины

4.3.1. Лекции 7(8) семестр

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Номер, тема и содержание лекции	Трудоемкость, час	
			очно	заочно
1	Введение в туроперейтинг	Лекция № 1. Введение в предмет. Туризм как объект управления. Современный туристский рынок. Предмет, задачи, структура курса «Технология и организация операторских и агентских услуг». Значение предмета. Факторы, влияющие на развитие туризма в России и за рубежом. Современные тенденции развития туризма XXI века. Туроператорская и турагентская деятельность: сущность и место в туристском комплексе. Функции туристской организации. Классификация, свойства туристских услуг. Особенность туристской деятельности как объекта управления.	2(2)*	0,5
		Лекция № 2. Государственное регулирование туристской деятельности в России. Понятия и виды деятельности туроператора. Законодательное и нормативно-правовое регулирование туристской деятельности. Управление туристской деятельностью в РФ: структура управления, цели, методы, принципы, влияние на динамику развития туристского рынка Российской Федерации. Коммерческие и общественные туристские организации: сущность, цели и задачи деятельности. Законодательные и нормативно-правовые документы в регулировании туристской деятельности в РФ.	2(2)*	0,5
2	Этапы создания туристской фирмы	Лекция №3. Создание турфирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы. Документы, необходимые для работы фирмы. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса. Структура фирмы. Материально-техническая база и безопасность фирмы. Выбор организационно-правовых форм деятельности предприятия: ЧП, ПБОЮЛ, ООО, ЗАО, ОАО.	2	0,5
		Лекция № 4. Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы. Базовые законодательные акты: Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности», Закон «О защите прав потребителей», «О стандартизации» и т.д. Организационно-управленческая структура и должностные обязанности персонала различных квалификационных уровней.	2	0,5
		Лекция № 5. Наружное и внутреннее оформление фирмы. Основные виды наружного оформления. Требования к расположению офисов турфирм. Оформление внутренних помещений, оформление рабочих помещений. Оформление витрин. Внешний вид сотрудников. Стилевое единство.	2	0,5
3	Создание привлекательного туристского продукта	Лекция № 6. Поставщики услуг. Транспортное обеспечение в туризме. Предприятия и организации, участвующие в комплексном обслуживании туристов во время тура. Правила работы с поставщиками услуг. Транспортные услуги. Классификация средств транспорта. Воздушный транспорт. Международные полеты. Классы обслуживания. Тарифы. Виды чартерных перевозок. Водный транспорт. Системы организации	2	0,5

		<p>круизных поездок. Классы кают. Озерные и речные круизные путешествия. Железнодорожный транспорт. Классификация поездов. Категории поездов и вагонов. Сухопутный транспорт. Городские и пригородные автобусы для перевозки пассажиров. Автобусы для перевозки туристов к крупным транспортным узлам.</p>		
		<p>Лекция № 7. Разработка туристского продукта. Пакет услуг. Проектирование тура.</p> <p>Виды туров. Мотивы при выборе туров. Технология формирования туров. Классификация туристических маршрутов. Разработка туристического маршрута. Методика организации маршрута. Формирование тура. Основные и дополнительные услуги, понятие пакет услуг. Заказные и инклюзив-туры как варианты работы с клиентом. Пэкидж (инклюзив) туры: достоинства и недостатки. Основные достоинства и недостатки заказных (индивидуальных) туров. Цена турпакета. Проектирование тура: технологическая карта тура, график загрузки предприятия, информационный листок и программа обслуживания туристов. Обязательные и рекомендуемые требования к туруслуге. Проектирование контроля качества и методы контроля.</p>	2	0,5
		<p>Лекция № 8. Программа обслуживания. Туристская документация</p> <p>Программа обслуживания. Профессиональные подходы к созданию программы тура. Уровень обслуживания, оптимальность обслуживания, технологии организации и проведения тура.</p> <p>Виды технологической документации тура. Бланки строгой финансовой отчетности (путевка ТУР-1). Туристский ваучер и памятка туристу. Договор с клиентом и лист бронирования. Основные нормативные требования и содержание клиентского договора. Справочные материалы и прайс-листы оператора.</p>	2	0,5
		<p>Лекция № 9. Классы обслуживания</p> <p>Классы «люкс» (VIP), первый класс, бизнес-класс, туристский класс и экономический класс. Основные требования к услугам размещения, питания, транспортным услугам, экскурсионным услугам в каждом классе обслуживания. Обязательные и дополнительные услуги на туре в соответствии с уровнем обслуживания. Туры и работа с ними. Технология обслуживания клиента в турфирме.</p>	2	0,5
		<p>Лекция № 10. Договорная деятельность в туризме.</p> <p>Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг.</p> <p>Виды поставщиков услуг в туризме. Договор между туроператорами. Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора; с гостиничным Договора инициативного оператора: на квоту мест на регулярных авиарейсах, агентское соглашение с авиакомпанией. Аренда самолета – чартер. Виды чартерных программ и условия продажи мест на чартерных рейсах. Договор с железной дорогой, страховой компанией, визовым отделом.</p>	2(2)*	0,5
		<p>Лекция № 11. Ценообразование в туристской деятельности</p> <p>Особенности ценообразования в туризме. Цена: сущность, функция цены, этапы ценообразования. Цены и ценовая политика. Ценовые стратегии. Факторы ценообразования в деятельности туроператоров: внешние факторы, внутренние факторы, технологические факторы.</p> <p>Методы ценообразования в туризме: затратный метод, конкурентный метод, ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции, Ценообразование с ориентацией на спрос. Маркетинговые методы установления цены.</p> <p>Установление цен на туристский продукт. Ценовая структура туристского продукта. Расчет стоимости группового тура.</p>	2	0,5

		Калькуляция стоимости тура.		
		Лекция № 12. Туристские формальности. Визовая поддержка Сущность и классификация туристских формальностей. Правовая сущность туристских формальностей. Паспортно-визовые формальности, таможенные формальности, валютный контроль. Санитарно-эпидемиологические формальности. Карантинный контроль. Виды паспортов российских граждан. Основные документы ребенка при выезде за рубеж. Виды виз. Особенности получения российской визы. Требования к документам клиента при получении Шенгенской визы, визы США, Великобритании, Австралии и других стран. Индивидуальные и групповые визы. Работа посольств в практике турфирм. Страхование туристов и собственной ответственности туроператоров.	2	0,5
		Итого за 7(8) семестр:	24(6)*	6
8 (9) семестр				
4	Продвижение туристского продукта	Лекция № 13. Организация продвижения и реализации туристского продукта. Формирование сбытовой сети Сущность понятия продвижение туристского продукта. Рекламные методы продвижения туристского продукта (услуги). Рекламоносители: классификация, принципы подбора, бюджет рекламы. Внешние и внутренние каналы сбыта. Традиционные и нетрадиционные фирмы продаж турпродукта. Выбор средств рекламы или рекламоносителей. Оплата рекламных объявлений и контроль за расходами.	2(2)*	0,5
		Лекция № 14. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение Основные критерии выбора партнеров по сбыту: правоспособность, кредитоспособность, дееспособность. Способы продвижения право-, дее-, кредитоспособности. Финансовые механизмы регулирования отношений с партнерами: авансовые платежи. Депозит и задаток: основные особенности. Агентское соглашение: договор поручения, договор комиссии, договор возмездного оказания услуг, договор купли-продажи. Необходимые условия соглашения.	2	0,5
		Лекция № 15. Технология бронирования и продажи туристского продукта. Автоматизация туристской деятельности Бронирование, условия бронирования. Резервация. Базисные условия договора туризма. Условия бронирования мест туроператором в объекте размещения. Технологическая документация бронирования туристского продукта. Информационные технологии в туристической деятельности. Преимущества автоматизации. Программные комплексы для автоматизации деятельности туроператора и турагента. Сайты туристских компаний. Технология он-лайн бронирования турпродукта	2	0,5
		Лекция № 16. Не рекламные методы продвижения турпродукта. Стимулирование продаж и пропаганда туристского продукта Виды не рекламных методов продвижения турпродукта. Стимулирование потребителей (туристов). Стимулирование розничных турагентств. Пропаганда туризма: установление и поддержание связей с прессой; общефирменная коммуникация, товарная пропаганда, лоббизм и консультирование. Информационные поездки. Мотивация трудовых отношений: сущность, виды и правовая основа. Оценка персонала. Психологические факторы в оценке и мотивации персонала различных квалификационных	2(2)*	1

		уровней. Материальные и моральные виды мотивации и оценка их эффективности.		
		<p>Лекция № 17. Каталог туроператора основной носитель информации для продвижения турпродукта. Выставочная деятельность</p> <p>Виды каталогов: генеральные и служебные. Основные требования к тексту и переводу текста. Ценовые каталоги и таблицы. Затраты на производство каталогов. Основные требования к каталогу: степень информированности, удобство пользования, достоверность информации, условия сотрудничества туроператора. Технология распространения каталогов.</p>	2	0,5
5	Работа с клиентом	<p>Лекция № 18. Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса. Технология продаж</p> <p>Понятие сегментирования рынка. Требования к рыночному сегменту. Ограничения сегментирования. Основные принципы выделения отдельных сегментов рынка. Виды покупательского спроса. Современные тенденции туристского спроса и предложения.</p> <p>Телефонный разговор как первый этап установления контакта с клиентом. Типы клиентов. Взаимодействие с клиентом. Работа с клиентом до и после подписания договора. Работа с клиентом в сложных ситуациях. Виды конфликтов. Взаимодействие с клиентом после завершения путешествия.</p>	2	0,5
		<p>Лекция № 19. Порядок предоставления информации о маршруте.</p> <p>Информация о туре, предоставляемая клиенту до заключения договора. Правила и требования, предъявляемые посольствами, консульствами, таможенными и пограничными службами. Особенности визового режима отдельных стран: Израиль, ОАЭ, Франция, Великобритания, США, Австралия и др. Информация о маршруте, предоставляемая после подписания договора с клиентом. Инструктаж клиентов, необходимый объем информации об условиях размещения, уровне комфорта, о трансфере и условиях питания, экскурсий, дополнительных услугах.</p>	2	0,5
		<p>Лекция № 20. Работа с документами клиента и подписание договора. Инструктаж клиентов</p> <p>Перечень документов, необходимых для оформления тура. Проверка документов, прием документов. Получение визы, страхового полиса, памятки туриста, путевки, ваучера. Ответственность менеджера турагентства за достоверность и своевременность информации, правильное оформление проездных билетов и всей остальной документации туриста. Документооборот туристской фирмы. Факторы риска и правила безопасности при совершении путешествия.</p>	2	0,5
		<p>Лекция № 21. Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур)</p> <p>Технология разработки индивидуального тура: заявка, предоплата, форма взаимодействия с клиентом, особые условия обслуживания, дополнительные услуги. Обслуживание клиентов класса VIP. Уникальность предложения и эксклюзивный набор услуг. Основные достоинства и сложности работы с индивидуальными турами.</p>	1	0,5
		<p>Лекция № 22. Работа с претензиями. Безопасность в туризме</p> <p>Виды и типичные поводы возникновения недовольства туристов. Деятельность рецептивного оператора по предотвращению жалоб туристов во время отдыха. Взаимодействие агентства и рецептивного, а также инициативного операторов по решению проблем туристов. Документальное сопровождение жалоб. Правовые нормы при</p>	1	1

		рассмотрении письменных и устных претензий туристов. Сроки и порядок рассмотрения жалоб. Факторы, влияющие на туриста во время отдыха. Вредные факторы. Опасность получения травм. Влияние окружающей среды. Химические факторы. Биологические факторы. Прочие факторы риска. Общие ограничительные меры во время пребывания в зарубежной стране. Страны риска для посещения. Организация безопасности туристов на турфирме. Контроль за выполнением требований безопасности.		
		Итого за 8(9) семестр:	18(4)*	6
		Итого по дисциплине:	42(10)*	12

(*) - занятия, проводимые в интерактивных формах

4.3.2 Практические работы 7(8) семестр

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Номер и тема практического занятия	Трудоемкость, час	
			очно	заочно
1.	Введение в туроперейтинг	Практическое занятие № 1. Введение в предмет. Туризм как объект управления. Современный туристский рынок.	2(2)*	-
		Практическое занятие № 2. Государственное регулирование туристской деятельности в России. Понятия и виды деятельности туроператора.	2	0,5
		Практическое занятие № 3. Государственное регулирование туристской деятельности в России. Понятия и виды деятельности туроператора.	2	-
2.	Этапы создания туристской фирмы	Практическое занятие № 4. Создание турфирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы	2	-
		Практическое занятие № 5. Создание турфирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы 1. Технологические этапы создания туристской фирмы	2	0,5
		Практическое занятие № 6. Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы 1. Организационно-правовые формы деятельности туристских предприятий	2	-
		Практическое занятие № 7. Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы 1. Организационно-управленческая структура туристской фирмы 2. Выбор организационно-правовых форм деятельности предприятия: ЧП, ПБОЮЛ, ООО, ЗАО, ОАО	2	-
		Практическое занятие № 8. Наружное и внутреннее оформление фирмы 1. Оформление внутренних помещений, оформление рабочих помещений. Оформление витрин. Внешний вид сотрудников. Стилизовое единство.	2(2)*	2(2)*
		Практическое занятие № 9. Наружное и внутреннее оформление фирмы Оформление витрин. Внешний вид сотрудников. Стилизовое единство.	2	-
3.	Создание привлекательн ого туристского продукта	Практическое занятие № 10. Поставщики услуг. Транспортное обеспечение в туризме. 1. Правила работы с поставщиками услуг. 2. Транспортные услуги	2(2)*	0,5
		Практическое занятие № 11. Поставщики услуг. Транспортное обеспечение в туризме. 1. Классификация средств транспорта.	2	-
		Практическое занятие № 12. Разработка туристского	2	0,5

		продукта. Пакет услуг. Проектирование тура. Технология разработки туристского продукта		
		Практическое занятие № 13. Разработка туристского продукта. Пакет услуг. Проектирование тура. Технология формирования туров.	2(2)*	-
		Практическое занятие № 14. Программа обслуживания. Туристская документация 1.Технология, методы и принципы обслуживания туристов 2. Технология обслуживания клиента в турфирме. 3. Виды технологической документации тура.	2	0,5
		Практическое занятие № 15. Классы обслуживания 1.Основные требования к услугам размещения, питания, транспортным услугам, экскурсионным услугам в каждом классе обслуживания. 2.Обязательные и дополнительные услуги на туре в соответствии с уровнем обслуживания. Технология обслуживания клиента в турфирме.	2	0,5
		Практическое занятие № 16. Договорная деятельность в туризме. Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг. 1.Договор между туроператорами. 2.Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора; с гостиничным	2(2)*	2(2)*
		Практическое занятие № 17. Ценообразование в туристской деятельности 1.Цены и ценовая политика. 2.Ценовые стратегии. 3.Факторы ценообразования в деятельности туроператоров: внешние факторы, внутренние факторы, технологические факторы.	2	0,5
		Практическое занятие № 18. Туристские формальности. Визовая поддержка 1.Правовая сущность туристских формальностей. 2.Паспортно-визовые формальности, таможенные формальности, валютный контроль+. 3.Санитарно-эпидемиологические формальности.	2	0,5
		Итого по 7(8) семестру:	36(10)*	8(4)*
8(9) семестр				
4.	Продвижение туристского продукта	Практическое занятие № 19. Организация продвижения и реализации туристского продукта. Формирование сбытовой сети	2(2)*	2(2)*
		Практическое занятие № 20. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение	2	0,5
		Практическое занятие № 21. Технология бронирования и продажи туристского продукта. Автоматизация туристской деятельности	2(2)*	0,5
		Практическое занятие № 22. Не рекламные методы продвижения турпродукта. 1. Стимулирование продаж и пропаганда туристского продукта	2(2)*	0,5
		Практическое занятие № 23. Каталог туроператора основной носитель информации для продвижения турпродукта. 1. Выставочная деятельность	2	0,5
5.	Работа с клиентом	Практическое занятие № 24. Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса. Технологии продаж 1.Принципы выделения отдельных сегментов рынка. 2.Виды покупательского спроса. Технология сегментирования спроса и предложения.	2(2)*	2(2)*
		Практическое занятие № 25. Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса Технологии продаж 1.Ограничения сегментирования. 2. Требования, предъявляемые к рыночному сегменту.	2	-

	Практическое занятие № 26 . Порядок предоставления информации о маршруте. 1.Информация о маршруте, предоставляемая после подписания договора с клиентом. 2.Инструктаж клиентов, необходимый объем информации об условиях размещения.	2	0,5
	Практическое занятие № 27. Порядок предоставления информации о маршруте. 1. Инструктаж клиентов, необходимый объем информации об уровне комфорта, о трансфере и условиях питания, экскурсий, дополнительных услугах.	2	-
	Практическое занятие № 28. Работа с документами клиента и подписание договора. Инструктаж клиентов 1.Проверка документов, прием документов. 2.Получение визы, страхового полиса, памятки туриста, путевки, ваучера.	2	0,5
	Практическое занятие № 29. Работа с документами клиента и подписание договора. Инструктаж клиентов 1.Документооборот туристской фирмы. 2.Факторы риска и правила безопасности при совершении путешествия.	2	-
	Практическое занятие № 30. Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур) 1.Условия обслуживания, дополнительные услуги. Обслуживание клиентов класса VIP. 2. Уникальность предложения и эксклюзивный набор услуг.	2	0,5
	Практическое занятие № 31. Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур) 1.Основные достоинства и сложности работы с индивидуальными турами.	1	-
	Практическое занятие № 32. Работа с претензиями. Безопасность в туризме 1.Виды и типичные поводы возникновения недовольства туристов	1	0,5
	Практическое занятие № 33. Работа с претензиями. Безопасность в туризме 1.Правовые нормы при рассмотрении письменных и устных претензий туристов	1	-
	Итого по 8(9) семестру:	27(8)*	8(4)*
Итого по дисциплине:		63(18)*	16(8)*

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

Для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Технология и организация операторских и агентских услуг» 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 127(214) часа, из них 100(205) часа выделяется на самостоятельное 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 лабораторных работ, 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 работ, 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 9 ч. по заочной форме обучения), используется для самостоятельной подготовки обучающихся к зачету. Данный этап является завершающим при изучении дисциплины и контроль самостоятельной работы осуществляется на промежуточной аттестации.

№ № раз-дела	Тема и вопросы самостоятельной работы студентов	Объем часов очно (заочно)	Перечень учебно-методического обеспечения	Форма контроля
7(8) семестр				
1.	Введение в туроперейтинг. Туризм как объект управления. Современный туристский рынок. Туристский рынок: сущность и основные составляющие туристского рынка. Экономическая сущность туристского рынка: туристский спрос, предложение туристского продукта, цена и конкуренция. Жизненный цикл туристского продукта. Устойчивость и эффективность деятельности туристской фирмы. Виды конкуренции, конкурентное преимущество.	1(5)	[1];[2];[3]; [5];[11];	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
2.	Государственное регулирование туристической деятельности. Понятия и виды деятельности туроператора. Роль государства в управлении туристической деятельностью Понятия и виды деятельности туроператора. Контроль качества услуг и обслуживания. Государственная регистрация субъектов предпринимательской деятельности. Лицензирование субъектов турдеятельности. Стандартизация и сертификация. Законодательное и правовое обеспечение туристической деятельности	2(6)	[1];[2];[3]; [5];[11];	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
3.	Создание туристской фирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы Организация деятельности туроператорской и турагентской фирмы, специфические особенности на различных этапах деятельности. Организационно-управленческая структура и должностные обязанности персонала различных квалификационных уровней. Управленческая решетка и стиль управления туристской фирмой. Кризисное управление и решение конфликтных ситуаций. Организационно-правовые формы деятельности туристских предприятий. Законодательное регулирование деятельности. Устав туристской фирмы. Выбор и обоснование формы деятельности, разработка миссии туристской фирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы. Наружное и внутреннее оформление	4(6)	[2];[3]; [8];	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
4.	Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы. Технологические этапы создания и документационное оформление туроператорской или турагентской фирмы. Выходной проект: «Разработка и документационное оформление туристской фирмы». Сертификация, стандартизация. Базовые законодательные акты: Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности», Закон «О защите прав потребителей», «О стандартизации» и т.	4(6)	[2];[4]; [8];	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.

5.	Наружное и внутреннее оформление фирмы Требования к расположению офисов турфирм. Оформление внутренних помещений, оформление рабочих помещений. Оформление витрин. Стилизовое единство.	4(8)	[2];[5]; [8];	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
6.	Поставщики услуг. Транспортное обеспечение в туризме. Договора инициативного оператора: на квоту мест на регулярных авиарейсах, агентское соглашение с авиакомпанией. Аренда самолета – чартер. Виды чартерных программ и условия продажи мест на чартерных рейсах: жесткий, мягкий и комбинированный блок. Договор с железной дорогой, страховой компанией, визовым отделом. Особенности страхования в туризме. Справочные материалы и прайс-листы оператора. Понятие «папка тура».	4(8)	[2];[6]; [8];	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
7.	Разработка туристского продукта. Пакет услуг. Проектирование тура. Специфические особенности туристической услуги как товара. Туристский продукт: сущность, структура туристского продукта, основные и дополнительные услуги в структуре туристского продукта. Технология разработки туристского продукта. Технология, методы и принципы обслуживания туристов в туристской фирме. Законодательно-правовое регулирование ответственности туристских фирм перед потребителями и партнерами.	4(8)	[1, 2, 3, 8]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
8.	Программа обслуживания. Туристская документация. Территориальная разработка и тематическая направленность программы. Туры и работа с ними. "Готовые" пакетные туры. Тур без сопровождения. Тур с сопровождением. Работа с клиентом в сложных ситуациях. Работа турлидера на маршруте. Основные функции менеджера, сопровождающего группу. Форма отчетности турлидера перед оператором. Зарубежные представители туроператора: основные задачи и функции. Ответственность представителя фирмы за рубежом за качество обслуживания туристов. Перечень условий, при которых необходимо сопровождение группы. Основные функции менеджера, сопровождающего группу. Форма отчетности турлидера перед оператором	4(8)	[1]; [2];[3]; [5];[10]; [11]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
9.	Классы обслуживания. Гостеприимство как основной принцип технологии обслуживания туристов. Принцип освобождения туриста и оптимальность обслуживания. Обязательные и дополнительные услуги на туре в соответствии с уровнем обслуживания.	4(8)	[1]; [2];[3]; [5];[11];	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
10.	Договорная деятельность в туризме. Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг. Договор: сущность, правовая основа, особенность договорной деятельности в туризме. Структура типового договора. Сделки, виды сделок. Сущность договоров: купли-продажи, комиссии, на условиях обмена туристскими группами. Особые условия договора между инициативным и рецептивным туроператорами. Особые условия договора между	4(8)	[1]; [2];[3]; [5];[9]; [10]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.

	туристской фирмой и туристом.			
11.	Ценообразование в туристской деятельности. Сущность и функция цены, этапы ценообразования. Ценовые стратегии. Расчет себестоимости турпродукта. Составляющие себестоимости турпродукта. Переменные и постоянных затраты. Экономическая эффективность тура. Технология сбыта тура. Методы ценообразования в туризме. Маркетинговые методы установления цены. Расчет стоимости группового тура. Калькуляция тура.	4(8)	[1]; [2];[3]; [7];[8]; [9]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
12.	Туристские формальности. Визовая поддержка. Классификация туристских формальностей. Требования к оформлению виз в различные страны мира и выработка умения работать с документами по оформлению виз. Таможенные формальности, законодательные нормы и требования к перемещению через границу туристов и багажа. Таможенная декларация. Требования к исполнению санитарно-эпидемиологических формальностей. Валютный контроль, требования различных стран к перемещению валюты через границу. Ответственность туристской фирмы за информацию и оформление требуемых для путешествия формальностей. Индивидуальные и групповые визы. Работа посольств в практике турфирм.	4(8)	[1]; [2];[3]; [4];[7]; [11]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
	Итого по 7(8)семестру:	43(87)		
13.	Организация продвижения и реализации туристского продукта. Формирование сбытовой сети Каналы продвижения турпродукта. Розничные агентства и оптовые туристские фирмы. Традиционные и нетрадиционные фирмы продаж турпродукта	4(10)	[1]; [2];[3]; [9];[10]; [11]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
14.	Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение: договор поручения, договор комиссии, договор возмездного оказания услуг, договор купли-продажи. Необходимые условия соглашения. Форс-мажорная оговорка, язык соглашения. Технология бронирования и продажи туристского продукта.	5(12)	[1]; [2];[3]; [5];[7]; [9]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
15.	Технология бронирования и реализации туристского продукта Автоматизация туристской деятельности «Турагент – Туроператор». примеры технологических документов бронирования туристского продукта: Автоматизация туристской деятельности. Современные технологии автоматизации туристской деятельности. Программные комплексы для автоматизации деятельности туроператора и турагента. Семейство ПК «Мастер». Интернет-технологии в туристской деятельности. Сайты туристских компаний. Современные технологии автоматизации туристской деятельности. Функциональные особенности ПО.. Программные комплексы для автоматизации деятельности туроператора и турагента. Семейство ПК «Мастер». Интернет-технологии в туристской деятельности. Сайты туристских компаний. Технология он-лайн бронирования турпродукта.	6(12)	[1]; [2];[3]; [5];[11];	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
16.	Не рекламные методы продвижения турпродукта. Практические решения по рекламе. Пропаганда	6(12)	[1]; [2];[3]; [5];[10]; [11]	Подготовка к балльно-

	туризма: установление и поддержание связей с прессой; общефирменная коммуникация, товарная пропаганда, лоббизм и консультирование. Требования, предъявляемые к информации. Информационные поездки			рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
17.	Каталог туроператора – основной носитель информации. Выставочная деятельность. Основные требования к каталогу: степень информированности, удобство пользования, достоверность информации, условия сотрудничества туроператора. Технология распространения каталогов. Презентация: виды, понятие, подготовка к презентации, работа на презентациях и подведение итогов.	6(12)	[1]; [2];[3]; [5];[8]; [11]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
18.	Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса. Технологии продаж. Специфика работы с отдельными сегментами. Виды покупательского спроса: потенциальный, формирующийся, сложившийся, сезонный. Факторы формирования спроса. Современные тенденции туристского спроса и предложения. Продажи как сложный многоступенчатый технологический процесс. Технологическая документация сопровождения продаж. Способы и особенности влияния на процесс принятия решений о покупке продукта туристской индустрии. Основы психотехнологии продаж услуг туристской индустрии. Офисная технология – как основа технологии продаж. Мотивация покупок. Конфликтные ситуации в туризме и способы их разрешения. Подготовка к продажам. Работа с клиентом в сложных ситуациях. Взаимодействие с клиентом после завершения путешествия.	6(12)	[1]; [2];[3]; [5];[10]; [11]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
19.	Порядок предоставления информации о маршруте. Информация о маршруте, предоставляемая после подписания договора с клиентом. Инструктаж клиентов, необходимый объем информации об условиях размещения, уровне комфорта, о трансфере и условиях питания, экскурсий, дополнительных услугах.	6(12)	[1]; [2];[3]; [5];[11];	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
20.	Работа с документами клиента и подписание договора. Инструктаж клиентов. Ответственность менеджера турагентства за достоверность и своевременность информации, правильное оформление проездных билетов и всей остальной документации туриста. Документооборот туристской фирмы. Факторы риска и правила безопасности при совершении путешествия. Туристская документация. Анкета посольства: общие и специфические требования отдельных государств.	6(12)	[1]; [2];[3]; [6];[8]; [10]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
21.	Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур). Уникальность предложения и эксклюзивный набор услуг. Основные достоинства и сложности работы с индивидуальными турами.	6(12)	[1]; [2];[3]; [6];[9]; [11]	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и к сдаче зачета и экзамена.
22.	Работа с претензиями. Безопасность в туризме. Документальное сопровождение жалоб. Правовые нормы при рассмотрении письменных и устных претензий туристов. Сроки и порядок рассмотрения жалоб.	6(12)	[1]; [2];[3]; [5];[11];	Подготовка к балльно-рейтинговым контрольным мероприятиям и

				к сдаче зачета и экзамена.
	Итого по 8(9) семестру:	57(118)		
	Подготовка к промежуточной аттестации Зачет/экзамен	27(9)		Сдача зачета, экзамена
Всего		127(214)		

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
7 (8) семестр			
1.	Введение в предмет. Туризм как объект управления. Современный туристский рынок.	ПК-1 ПК-4 ПК-5	1-ый рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита)
	Государственное регулирование туристской деятельности в России. Понятия и виды деятельности туроператора.	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
2.	Создание турфирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
	Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
	Наружное и внутреннее оформление фирмы	ПК-1 ПК-4 ПК-5	2-ой рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита)
3.	Поставщики услуг. Транспортное обеспечение в туризме	ПК-1 ПК-4 ПК-5	3-ой рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита)
	Разработка туристского продукта. Пакет услуг. Проектирование тура.	ПК-1 ПК-4	
	Программа обслуживания.	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
	Классы обслуживания	ПК-1 ПК-4 ПК-5	2-ой рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита)
	Договорная деятельность в туризме. Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг.	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
	Ценообразование в туристской деятельности	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
	Туристские формальности. Визовая поддержка	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
8(9) семестр			
4.	Организация продвижения и реализации туристского продукта. Формирование сбытовой сети	ПК-1 ПК-4 ПК-5	1-ий рейтинг контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита)
	Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
	Технология бронирования и продажи туристского продукта. Автоматизация туристской деятельности	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
	Нерекламные методы продвижения турпродукта. Стимулирование продаж и пропаганда туристского продукта	ПК-1 ПК-4 ПК-5	2-ой рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия

	Каталог туроператора основной носитель информации для продвижения турпродукта. Выставочная деятельность	ПКУВ-1 ПКУВ-4 ПКУВ-5	(контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита)
	Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса. Технология продаж	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
5.	Порядок предоставления информации о маршруте.	ПК-1 ПК-4 ПК-5	3-ий рейтинг-контроль. (Рейтинговые контрольные мероприятия (контрольные работы, тесты) подготовка к выполнению практических работ и их защита)
	Работа с документами клиента и подписание договора. Инструктаж клиентов	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
	Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур)	ПК-1 ПК-4 ПК-5	
	Работа с претензиями. Безопасность в туризме	ПК-1 ПК-4 ПК-5	

6.2. Показатели и критерии оценивания сформированности 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. Промежуточный контроль – это своего рода микроэкзамен по пройденному материалу учебной дисциплины. Он может проводиться, как в устной, так и в письменной форме, а также в виде тестового контроля.

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 лабораторных работ, за активное участие на семинарских и практических занятиях);
- оценки промежуточных знаний на рейтинговых мероприятиях (тестовые задания и коллоквиум);

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, курса), с периодами изучения равными половины (одной трети) продолжительности семестра.

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

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

Согласно этих критериев при разработке шкал оценивания руководствуемся следующим:

15-20 баллов – студент получает при **высоком** уровне овладения компетенциями и освоения знаний, умений и теоретического материала без пробелов; выполнении 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 компетенциями 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 компетенциями 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 «Технология и организация операторских и агентских услуг» предусмотрено участие дисциплины в формировании следующих компетенций:

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

ПК-4 Способен разрабатывать и применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий;

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

В процессе освоения образовательной программы компетенций ПК-1, ПК-4, ПК-5 формируются при изучении дисциплин, прохождении практик и ГИА.

Этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

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 противодействии распространению идеологии терроризма	2
	Б1.О.06 Планирование и анализ деятельности	4
	Б1.В.08 Технология, организация и управление качеством гостиничных услуг	
	Б1.О.10 Менеджмент в туризме	5
	Б1.В.11 Принятие управленческих решений в туризме	
	Б1.О.17 Организация туристской деятельности	6
	Б1.В.14 Технология и организация выездного туризма	
	Б1.В.ДВ.03.01 Бизнес планирование гостиничных услуг	
	Б1.В.ДВ.03.02 Поведение потребителя	
	Б1.О.22 Организация туроперейтинга	7
	Б2.О.05(П) Производственная практика, организационная - управленческая	
	Б1.В.02 Технология и организация операторских и агентских услуг	8
	Б1.В.18 Организация обслуживания в туристской индустрии	
	Б3.01 Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	
ПК-4	Б1.В.09 Основы туризма	1
	Б1.О.09.01 Введение в информационные технологии	2
	Б1.В.10 Экология	
	Б1.О.09.02 Программное обеспечение и автоматизация деятельности предприятия туризма	3
	Б1.В.ДВ.01.01 Технологии продаж	5
	Б1.В.ДВ.01.02 Организация службы безопасности	
	Б1.В.03 Технология и организация внутреннего туризма	7
	Б1.В.02 Технология и организация операторских и агентских услуг	8
	Б1.В.04 Технология и организация экскурсионных услуг	
	Б2.О.06(Н) Производственная практика, исследовательская	
	Б3.01 Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	
ПК-5	Б1.В.05 Реклама в туризме	4
	Б1.В.14 Технология и организация выездного туризма	6
	Б1.О.22 Организация туроперейтинга	7
	Б1.В.03 Технология и организация внутреннего туризма	
	Б1.В.04 Технология и организация экскурсионных услуг	8
	Б1.В.02 Технология и организация операторских и агентских услуг	
	Б2.О.07(Пд) Производственная практика, преддипломная	
	Б3.01 Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	

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

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

Для оценки знаний, умений, навыков и формирования компетенции 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, зачет.

При модульной системе основным стимулом к регулярной работе студентов является возможность быть освобожденным от семестрового экзамена (получить их «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»** зачет или 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. Каждая контрольная точка, (согласно календарного учебного графика в семестре их 3), оценивается в 20 баллов, из которых 10 приходится на текущий контроль, 10 баллов на промежуточный. Оставшиеся **40** баллов - это сумма баллов, которую студент может набрать по результатам промежуточной аттестации (экзамен, зачет).

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

Индикаторы достижения компетенций*

Код и наименование индикатора	Планируемые результаты обучения	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания			
		минимальный	пороговый	средний	высокий
		0-59	60-69	70-84	85-100
		Оценка			
		неудовлетворительно/ не зачтено	удовлетворительно/ зачтено	хорошо/ зачтено	отлично/ зачтено
ИД-1 _{ПК-1} Применяет знания организационных основ туристской индустрии, структуры туристской отрасли, особенностей правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности (8 этап)	Знать: структуры туристской отрасли, особенностей правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности	Не знает структуры туристской отрасли, особенностей правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности	Частично знает структуры туристской отрасли, особенностей правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности	Знает структуры туристской отрасли, особенностей правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности	В полной мере знает структуры туристской отрасли, особенностей правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности
	Уметь: применять знания организационных основ туристской индустрии	Не умеет компетентно применять знания организационных основ туристской индустрии	Частично умеет компетентно применять знания организационных основ туристской индустрии	Фрагментарно умеет компетентно применять знания организационных основ туристской индустрии	Умеет компетентно применять знания организационных основ туристской индустрии

	Владеть: навыками организации правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности	Не владеет навыками организации правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности	Не в полной мере владеет навыками организации правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности	Владеет навыками организации правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности	Владеет на высоком уровне навыками организации правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности
ИД-2 _{ПК-1} Осуществляет подбор персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности (8 этап)	Знать: методологические приемы для подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Не знает методологические приемы для подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Частично знаком с методологическими приемами для подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Знаком с методологическими приемами для подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	В полной мере знаком с методологическими приемами для подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности
	Уметь: подбирать персонал для туристского предприятия.	Не обладает умениями в рамках компетенции подбирать персонал для туристского предприятия.	Частично обладает умениями подбирать персонал для туристского предприятия.	Фрагментарно умеет подбирать персонал для туристского предприятия.	Умеет на достаточно высоком уровне подбирать персонал для туристского предприятия.
	Владеть: навыками подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Не владеет навыками подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Удовлетворительно владеет навыками подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Владеет навыками подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности	Владеет на высоком уровне навыками подбора персонала туристского предприятия в соответствии с профессиональными задачами деятельности
ИД-3 _{ПК-1} Осуществляет руководство трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации (8 этап)	Знать: методологические основы для осуществления руководства трудовым коллективом	Не знает: методологические основы для осуществления руководства трудовым коллективом	Частично знает методологические основы для осуществления руководства трудовым коллективом	Знает методологические основы для осуществления руководства трудовым коллективом	Знает на достаточно высоком уровне методологические основы для осуществления руководства трудовым коллективом
	Уметь: руководить трудовым коллективом хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	Не умеет руководить трудовым коллективом хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	Частично умеет руководить трудовым коллективом хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	Хорошо умеет руководить трудовым коллективом хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	Умеет на достаточно высоком уровне руководить трудовым коллективом хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации

	Владеть: навыками руководства трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	Не владеет навыками руководства трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	Частично владеет навыками руководства трудовым коллективом, хозяйственным и и финансово-экономическим и процессами туристской организации	На хорошем уровне владеет навыками руководства трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации	На достаточно высоком уровне владеет навыками руководства трудовым коллективом, хозяйственными и финансово-экономическими процессами туристской организации
ИД-2 _{ПК-4} Формирует туристский продукт, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста (8 этап)	Знать: методы и способы формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий	Не знает: методы и способы формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий	Частично знает методы и способы формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий	Знает хорошо методы и способы формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий	Знает на достаточно высоком уровне методы и способы формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий
	Уметь: формировать туристский продукт с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	Не умеет формировать туристский продукт с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	Частично обладает умениями формировать туристский продукт с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	Фрагментарно умеет формировать туристский продукт с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	Умеет оценивать формирование туристский продукт с учетом индивидуальных и специальных требований туриста
	Владеть: навыками формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий	Не владеет навыками формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий	Частично владеет навыками формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий	На хорошем уровне владеет навыками формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий	На достаточно высоком уровне владеет навыками формирования туристского продукта, на основе современных информационно-коммуникативных технологий
ИД-3 _{ПК-4} Организует продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг. (8 этап)	Знать: приемы для организации продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Не знает приемы для организации продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Частично знает приемы для организации продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Знает хорошо приемы для организации продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Знает на достаточно высоком уровне приемы для организации продажи туристского продукта и отдельных туристских услуг

	Уметь организовать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Не умеет организовать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Частично обладает умениями организовать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Фрагментарно умеет организовать продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Умеет оценивать организацию продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.
	Владеть навыками организации продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Не владеет навыками организации продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	Частично владеет навыками организации продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	На хорошем уровне владеет навыками организации продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.	На достаточно высоком уровне владеет навыками организации продажу туристского продукта и отдельных туристских услуг.
ИД-4 _{ПК-4} Ведет переговоры с партнерами, согласовывает условия взаимодействия по реализации туристских продуктов (8 этап)	Знать теоретические основы для ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов	Не знает Теоретические основы для ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов	Частично знает Теоретические основы для ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов	Знает Теоретические основы для ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов	Знает на достаточно высоком уровне Теоретические основы для ведения переговоров с партнерами, согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов
	Уметь организовать и проводить переговоры с партнерами	Не умеет организовать и проводить переговоры с партнерами	Частично обладает умениями организовать и проводить переговоры с партнерами	Фрагментарно умеет организовать и проводить переговоры с партнерами	Умеет оценивать организацию и проводить переговоры с партнерами
	Владеть навыками ведения переговоров с партнерами и согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов	Не владеет навыками ведения переговоров с партнерами и согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов	Частично владеет навыками ведения переговоров с партнерами и согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов	На хорошем уровне владеет навыками ведения переговоров с партнерами и согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов	На достаточно высоком уровне владеет навыками ведения переговоров с партнерами и согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов

[illegible]

	Владеть: навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта	Не владеет навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта	Не владеет навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта	Не в полной мере владеет навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта	Владеет на высоком уровне навыками проведения мероприятий по продвижению туристского продукта
ИД-4 _{ПК-5} Применяет знания офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности, интернет-технологии (8 этап)	Знать: методологические основы для применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности	Не знает методологические основы для применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности	Частично знает методологические основы для применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности	Не знает методологические основы для применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности	На высоком уровне знает методологические основы для применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности
	Уметь: применять знания офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности	Не умеет применять знания офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности	Частично умеет применять знания офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности	Не умеет применять знания офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности	На высоком уровне умеет применять знания офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности
	Владеть: навыками применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности, интернет-технологии	Не владеет навыками применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности, интернет-технологии	Не владеет навыками применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности, интернет-технологии	Не в полной мере владеет навыками применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности, интернет-технологии	Владеет на высоком уровне навыками применения знаний офисных технологий и специального программного обеспечения туристской деятельности, интернет-технологии

**На этапе освоения дисциплины*

Для допуска к экзамену или зачету, 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 (зачету). Если эта сумма больше или равна **30**, то путем дополнительного опроса (собеседование, контрольная работа, тест, реферат) эта сумма может быть повышена до **40** баллов.

На экзамене (зачете) 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 уровень (отлично/зачтено)	85-100	заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень (хорошо/зачтено)	70-84	заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень (удовлетворительно/зачтено)	60-69	заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень (неудовлетворительно/не зачтено)	0-59	заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции 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-1пк-1, ИД-2пк-1, ИД-3пк-1, ИД-2пк-4, ИД-3пк-4, ИД-4пк-4, ИД-1пк-5, ИД-2пк-5, ИД-4пк-5 в процессе освоения образовательной программы

7.3.1. Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся

Раздел 1. Введение в туropolейтинг

Тема 1. Введение в предмет. Туризм как объект управления. Современный туристский рынок.

1. Туризм - это

- временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях в страну проживания
- временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных лиц и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного проживания
- выезды (путешествия) иностранных лиц с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных целях для занятия оплачиваемой деятельностью в стране временного проживания.

2. Турист - гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях

- с занятием оплачиваемой деятельностью только 8 часов в сутки
- без ограничения занятия трудовой деятельностью с оплатой в течение суток
- без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 6 месяцев подряд

3. Основные потребности туристов во время путешествия:

- потребности во впечатлениях, экскурсиях, встречах
- потребности в проживании, питании, перемещении
- потребности в развлечениях

4. При организации туров на территории России и во взаимоотношениях с российскими гостиничными предприятиями туроператоры действуют на основании заключенных соглашений

- договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 %, договор о квоте мест без гарантии заполнения, договор о твердой закупке мест с полной оплатой, договор о текущем бронировании

2. письменная заявка
3. рекомендательное письмо
- 5. При организации туров на территории России и во взаимоотношениях с российскими гостиничными предприятиями туроператоры действуют на основании заключенных соглашений**
 1. договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 %, договор о квоте мест без гарантии заполнения, договор о твердой закупке мест с полной оплатой, договор о текущем бронировании
 2. письменная заявка
 3. рекомендательное письмо

Тема 2. Государственное регулирование туристской деятельности в России. Понятия и виды деятельности туроператора

1. Туроператор на прием, комплектующий туры и программы обслуживания туристов, используя прямые договоры с поставщиками услуг - это...

1. инициативный туроператор
2. рецептивный туроператор
3. продуктивный туроператор

2. Туроператоры подразделяются по виду деятельности и месту деятельности. К какому виду относятся туроператоры занимающиеся обслуживанием в стране назначения прибывающих туристов

1. выездные туроператоры
2. операторы массового рынка
3. туроператоры на приёме
4. местные (внутренние) туроператоры

3. К какому виду относятся туроператоры занимающиеся составлением туристских пакетов для определённой клиентуры

1. выездные туроператоры
2. специализированные
3. туроператоры на приём
4. местные (внутренние) туроператоры

4. Основной задачей деятельности туроператора является

1. создание привлекательного туристского продукта, подкрепленного соответствующей программой обслуживания
2. заполнение документации
3. прием денег за туристское путешествие

5. Содержит ли ФЗ РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» статью «Особенности реализации туристского продукта»

1. такой статьи в Законе нет;
2. статья 10;
3. статья 1;
4. статья 7

Раздел 2. Этапы создания туристской фирмы.

Тема 3. Создание турфирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые форм.

1. В России мелкие туристские фирмы специализируются на:

1. инклюзивном туризме
2. пэкидж-турах
3. коммерческом туризме
4. эксклюзивном туризме
5. горном туризме

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

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

3. Требования к офису туроператора включают:

1. оформление помещений для посетителей и персонала, наличие бара и столовой, дорогая мебель

2. наличие документа на право пользования офисом, дорогая мебель, наличие администратора
3. внешний вид, наличие документа на право пользования офисом, микроклимат, оформление помещений для посетителей и персонала
4. внешний вид, оформление помещений для посетителей и персонала, наличие столовой, расположение в центре города
5. дорогая мебель, наличие администратора, расположение в центре города

4. Деятельность фирм по формированию , продвижению и реализации своих туристских продуктов относится к:

1. экскурсионной деятельности
2. туристской агентской деятельности
3. гостиницы и туристские фирмы
4. транспорт, гостиницы, туристские фирмы, рестораны, коммуникации
5. туристской операторской деятельности

5. С экономической точки зрения ,мелкие туристские фирмы в Казахстане, имеют преимущества:

1. быстрая оборачиваемость вложенных средств
2. организация и продажа эксклюзивных дорогих туров
3. продажа широкого диапазона туров
4. высокие цены на путевки
5. все не верно

Тема 4. Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы.

1. Юридическим лицом (ст.48 ГК РФ) признается:

1. организация, которая имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечает по всем своим обязательствам этим имуществом; от своего имени приобретает имущественные и личные неимущественные права; несет обязанности быть истцом и ответчиком в суде; имеет самостоятельный баланс или смету;
2. организация, которая имеет в собственности имущество, от своего имени имеет право приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права. Юридические лица имеют самостоятельный баланс и смету;
3. организации, преследующие извлечения прибыли в качестве основной цели своей деятельности;
4. организация, которая несет обязанности, быть истцом и ответчиком в суде, имеет устав, счет в банке, платит налоги.

2. Наиболее распространенными организационно-правовыми формами туристских предприятий в России являются:

1. общества с ограниченной ответственностью;
2. закрытое акционерное общества;
3. открытое акционерное общества;
4. кооперативы и коммандитные товарищества.

3. Международный документ в котором отмечено, что “каждый” человек имеет право на отдых и свободное время, включая разумные ограничения рабочего времени и оплачиваемые ежегодные отпуска:

1. Кодекс туриста;
2. Хартия туризма;
3. Всеобщая декларация прав человека;
4. Гаагская декларация;
5. документы Акапулько.

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

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

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

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

Тема 5. Наружное и внутреннее оформление фирмы.

1. К наружной рекламе не относятся

1. плакаты;
2. баннеры;
3. каталоги
4. все ответы верны

2. Вид рекламы, который обычно используют как сопутствующий

1. реклама на транспорте;
2. наружная реклама;
3. сувенирная реклама
4. все ответы верны

3. Вид рекламы, цель которой состоит в создании положительного имиджа туристской фирмы и туристского продукта, предназначен для сотрудников фирмы:

1. внутренняя реклама;
2. реклама с целью создания престижа;
3. реклама с целью расширения сбыта
4. все ответы верны

4. Выберите три главных атрибута наружной рекламы фирмы:

1. вывеска
2. стенд с документами
3. консоль
4. рекламный щит
5. маркизы
6. подсветка окон и маркиз

5. За достоверность информации, содержащейся в каталогах, рекламных листовках и брошюрах, несет ответственность:

1. турагентство
2. рецептивный оператор
3. инициативный оператор
4. все ответы верны

6. Тактические решения по рекламе в туризме включают 3 блока вопросов:

1. выбор средств рекламы или рекламоносителей
2. разработка стратегических целей рекламной компании
3. график выхода рекламных обращений
4. оплата рекламных объявлений и контроль за расходами
5. планирование бюджета рекламных туров

7. Эффективность размещения рекламы можно отследить по:

1. количеству телефонных звонков в фирму
2. путем опроса клиентов и посетителей офиса
3. по аналитическим данным из средств массовой информации
4. все ответы верны

Раздел 3. Создание привлекательного туристского продукта.

Тема 6. Поставщики услуг. Транспортное обеспечение в туризме.

1. Доставка туристов от места их постоянного проживания к месту назначения (месту начала маршрута) и обратно – это:

1. трансфер;
2. транстур;
3. транспортное обслуживание по программе;
4. транспортная система;
5. транспортные сообщения.

2. Интеграционный характер, объединяющий отдельные страны и регионы в одно целое является:

1. основной чертой транспортных связей;
2. транспортным сообщением;
3. средством передвижения;
4. основной функцией транспорта;
5. дополнительной функцией транспорта.

3. К традиционным видам транспорта, используемого для отдыха туристов, относят:

1. воздушный;
2. водный;
3. железнодорожный;
4. велосипедный;
5. автомобильный.

4. Водный транспорт представляют:

1. пассажирские линии и паромы;
2. круизы;
3. международные и городские автобусы;
4. рейсы, подчиняющиеся расписанию;
5. частные автотранспортные средства.

5. К сухопутным видам транспорта относятся:

1. железнодорожный транспорт;
2. не подчиняющийся расписанию туристский или чартерный транспорт;
3. регулярный или подчиняющийся расписанию транспорт;
4. круизы;
5. рейсы, подчиняющиеся расписанию

6. Что такое «поставщики услуг»?

1. каналы продвижения турпродукта
2. каналы реализации турпродукта
3. предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов.

7. Что такое «форс-мажорные обстоятельства»?

1. отказ от исполнения условий договора любой из сторон
 2. обстоятельства непреодолимой силы
 3. неспособность од
6. ной из сторон осуществить условия клиентского соглашения

Тема 7. Разработка туристского продукта. Пакет услуг. Проектирование тура.

1. К какому виду можно отнести туры, которые предоставляют туристу больше независимости и самостоятельности

1. групповые
2. индивидуальные
3. маршрутные

2. Тур предполагает наличие в его пакете

1. основных и дополнительных услуг
2. услуг по оказанию медицинской помощи
3. бытовых услуг

3. Туристский продукт состоит из трех составляющих его компонентов: туристских услуг, работ, сопровождающих процесс потребления туристских услуг и товаров, потребляемых как в туре, так и вне рамок тура. От чего зависит их взаимосвязь и процентное соотношение в составе туристского продукта?

1. от цели туризма, уровня подготовленности и состоятельности организаторов
2. от выбора маршрута
3. от настроения туроператора

4. Что означает понятие «инклюзив-тур»

1. тур, который предлагается с вариантами обслуживания
2. жесткий, заранее определенный тур, не изменяющийся при продаже набор услуг
3. тур, который формируется только по желанию клиента

5. Экспериментальная проверка тура предполагает завершение формирования тура и включает в себя

1. организацию рекламных и обучающих туров, пробные продажи
2. реализацию в полном объеме туристских путёвок
3. тиражирование рекламных проспектов и буклетов

Тема 8. Программа обслуживания. Программа обслуживания.

1. Обслуживание, при котором гости делают предварительный заказ и обслуживаются в определенное время, называется:

1. «а-ля карт»;
2. «а нарт»;
3. «табльдот».

2. Какие данные о туристах могут послужить препятствием для получения туристской визы в Израиль? (2 позиции)

1. наличие визы арабских государств в паспорте
2. незамужние женщины до 35 лет
3. наличие родственников в Израиле
4. срок окончания действия паспорта менее 6 месяцев

3. Какие данные о туристах могут послужить препятствием визы в ОАЭ? (2 позиции)

1. наличие визы Израиля
2. незамужние женщины до 30 лет без сопровождения отца или брата
3. срок окончания действия паспорта менее 6 месяцев
4. наличие родственников в ОАЭ
- 4. Отсутствие каких документов может послужить причиной отказа клиенту в визе Великобритании? (2 позиции)**

1. справка с места работы
2. справка о наличии недвижимости
3. свидетельство о браке
4. свидетельство о рождении

5. Какие факты из биографии клиента могут послужить причиной отказа в Австралийской визе? (4 позиции)

1. наличие судимости
 2. наличие родственников в Австралии
 3. перенесенный туберкулез (в любой форме)
 4. работа в животноводстве
 5. отсутствие виз других государств в паспорте
 6. преклонный возраст
- незамужние женщины до 30 лет

Тема 9. Классы обслуживания.

1. Что значит обслуживание клиента на уровне «А ля карт»?

1. свободный выбор блюд из предлагаемого меню
2. обслуживание по единому меню, без права выбора блюд
3. свободный выбор поставленных на общий стол блюд

2. Уровень обслуживания зависит от:

1. платежеспособности клиентов
2. уровня составляющих туристских услуг
3. предупредительности персонала

3. Основные методы контроля качества обслуживания клиентов: (3 позиции)

1. визуальные
2. аналитические
3. социологические

4. Что означает обслуживание «Табльдот»?

1. свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню
2. обслуживание по единому меню
3. свободный выбор выставленных на общий стол блюд

5. Туристский ваучер, согласно ФЗ РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»:

1. документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания;
2. документ, удостоверяющий право туриста на питание, и размещение;
3. документ финансовой отчетности туристских предприятий в России.

6. Примерная классификация программ туристского отдыха определяется: по целям путешествия, по способу передвижения и по составу участников. К какому виду относится программа: VIP-туры

1. по способу передвижения
2. по целям путешествия
3. по составу участников

7. Программа обслуживания -

1. это набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура
2. это список выполненных работ по комплектации тура
3. это перечень необходимых договоров с поставщиками услуг

Тема 10. Договорная деятельность в туризме. Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг.

1. Какую форму могут иметь договора в туризме:

2. договора купли-продажи;
3. договор комиссии;
4. договор обмена;
5. все ответы верны.

2. Международный «Кодекс отношений между гостиницами и турагентами (туроператорами)» от 1993

г. обязывает гостиницы при заключении договоров:

1. давать точную информацию по категории отеля;
2. по качеству предоставляемых услуг;
3. давать точную информацию о расположении отеля;
4. все ответы верны.

3. Язык оформления международных соглашений:

1. русский язык
2. государственные языки сторон соглашения
3. приемлемый третий язык
4. двуязычное соглашение – на русском языке и языке, выбранном партнером

4. Укажите, какой из документов фирмы прекратил свое действие с 01.01.2007 г.?

1. свидетельство о постановке на налоговый учет
2. государственное свидетельство о регистрации туристской фирмы
3. лицензия на оказание туристских услуг

5. Договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80% - это соглашение с:

1. автопредприятием
2. гостиницей
3. авиа-предприятием
4. музеем

6. Договор о текущем бронировании предполагает:

1. более низкие тарифы
2. предоплату квоты мест
3. обычные тарифы на гостиничные места

Тема 11. Ценообразование в туристской деятельности.

1. Ценовая стратегия «снятие сливок» предлагает:

1. на начальном этапе установление низких цен до насыщения рынка;
2. установление высокой цены до момента насыщения рынка и появления аналогичного продукта;
3. установление на начальном этапе среднерыночных цен для поддержания стабильности;

2. Цена – это:

1. выручка от реализации партии товара
2. доход, полученный в результате реализации товара
3. денежное выражение стоимости товара

3. Экономической основой установления цены являются:

1. издержки производства и уровень рентабельности, обеспечивающий расширенное воспроизводство
2. издержки производства
3. финансовые цели предприятия

4. Снижению цены способствуют:

1. нестабильность экономической ситуации
2. снижение издержек производства
3. ажиотажный спрос

5. Сущность измерительной функции цены состоит в том, что:

1. в единых денежных знаках определяется стоимость партии товара, единицы товара
2. цены служат инструментом учета, контроля движения материальных ценностей предприятий
3. цена регулирует спрос и предложение

6. Цену устанавливают на минимальном уровне, достаточном для возмещения затрат на производство и реализацию товара – это метод

1. издержки плюс
2. целевого ценообразования
3. минимальных затрат

7. Цена должна обеспечивать возмещение:

1. всех затрат на производство и доход
2. прямых затрат
3. всех издержек производства

8. К специфическим факторам, воздействующим на ценовую политику, относятся:

1. инфляция
2. сезонность
3. государственное регулирование цен

9. Повышению цены способствует:

1. рост производства
2. рост производительности труда
3. рост налогов

10. Сущность стимулирующей функции цены состоит в том, что:

1. цены влияют на заинтересованность производителя в увеличении объемов производства и повышении качества продукции
2. изменение цен вызывает перераспределение доходов и расходов населения
3. перераспределяются доходы и прибыль предприятий, отраслей, социальных групп населения

11. Снижению цены способствуют:

1. рост производительности труда
2. спад производства
3. рост заработной платы

Тема 12. Туристские формальности. Визовая поддержка.

1. В категорию туристских формальностей входят:

1. паспортно-визовые формальности;
2. таможенные формальности;
3. валютный контроль;
4. санитарный и эпидемиологический контроль;
5. страхование туристов;
6. все перечисленные виды.

2. Туристская виза это:

1. отметка в паспорте дипломатическими представителями иностранных государств, дающие право на временный въезд в страну с целью туризма и отдыха;
2. документ, дающий право на временный въезд в страну;
3. документ, дающий право на временный въезд в страну и право заниматься на данный период времени трудовой деятельностью в стране временного проживания.

3. К основным видам страхования в сфере туризма относится:

1. страхование туриста и его имущества, в том числе страхование жизни и здоровья (медицинская страховка);
2. страхование профессиональной ответственности;
3. страхование от невыдачи въездной визы;
4. все ответы верны.

4. Виза – это

1. специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
2. официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
3. документ для выезда из России и возвращения назад на судне
4. документ, подтверждающий факт оплаты услуг

5. Общегражданский загранпаспорт – это

1. документ для выезда из России и возвращения назад на судне
2. официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
3. документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
4. документ, подтверждающий факт оплаты услуг

6. Туристские формальности - это:

1. правила, условия и действия, необходимые с точки зрения законности и установленного в государстве порядка, обязательно соблюдаемые при организации, оформлении и производстве международного культурного обмена и туризма;
2. правила пересечения государственной границы;
3. препоны в таможенном производстве;
4. условия валютно-денежного оборота;
5. манера официального поведения в обществе;
6. правила, которые должен соблюдать иностранец в зарубежной стране с точки зрения местной власти, традиций и обычаев местного населения.

7. Шенгенская виза – это

1. виза, действующая на территории шенгенской зоны, объединяющей более 24 европейских государств
2. специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
3. официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
4. документ для выезда из России и возвращения назад на судне

Раздел 4. Продвижение туристского продукта.

Тема 13. Организация продвижения и реализации туристского продукта. Формирование сбытовой сети.

1. Понятие продвижения туристского продукта в Федеральном законе от 24 ноября 1996г. № 132 – ФЗ (с изм. от 05.02.2007 г.)

1. деятельность туроператора по заключению и исполнению договора с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие);
2. комплекс мер направленный на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое);
3. комплекс мер направленный на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и другое).
4. все ответы верны

2. Продвижение туристского продукта осуществляется на основании агентского договора, заключаемого между:

1. туроператором и турагентом;
2. между туроператором и клиентом;
3. между турагентом и клиентом
4. все ответы верны

3. Меры стимулирования сбыта продукта потребителям: (5 позиций)

1. купоны на скидки
2. конкурсы и розыгрыши призов для покупателей туров
3. бонусные программы (снижение цены на повторные поездки)
4. раздача предметов с элементами фирменного стиля
5. раздача предметов с рекламой турпродукта
6. реклама туров в средствах массовой информации и наружная реклама
7. дизайн и интерьер офиса фирмы

4. К какому направлению продвижения туристского продукта относятся иллюстрированные рассказы

1. связи с общественностью;
2. стимулирование сбыта
3. личные продажи
4. все ответы верны

5. Технология продвижения фирменного туристского продукта

1. франчайзинг
2. брендинг
3. маркетинг
4. все ответы верны

Тема 14. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение.

1. При подборе партнеров по сбыту необходимо учитывать:

1. правоспособность фирмы;
2. кредитоспособность фирмы;
3. дееспособность фирмы;
4. все ответы верны.

2. Назовите методы, которые используют в международной практике для осуществления сбытовой деятельности:

1. прямой
2. непрямой
3. реализация второстепенной продукции
4. продвижение новых товаров
5. смешанный

3. Установление прямых связей экспортера с конечным потребителем и дальнейшего снабжения товаром на основании договора купли-продажи - это:

1. прямой метод
2. непрямой метод
3. реализация второстепенной продукции
4. продвижение новых товаров
5. смешанный метод

4. Посредник, который берет на себя все расходы, связанные с реализацией и размещением товара по каналам сбыта называется:

1. дилер
2. агент
3. директор фирмы
4. Джобер

5. Посредник, который не занимается реализацией товара, а только способствует заключению сделки называется:

1. дилер
2. Агент
3. директор фирмы
4. джобер
5. Дистрибьютор

Тема 15. Технология бронирования и продажи туристского продукта. Автоматизация туристской деятельности.

1. Система бронирования разработанная в России и применяемая в Казахстане:

1. Sabre
2. Gabriel
3. Amadeus
4. Galileo

2. Договор о текущем бронировании предполагает:

1. более низкие тарифы
2. предоплату квоты мест
3. обычные тарифы на гостиничные места

3. Вставьте пропущенные слова в предложение?:

2. « Владелец гостиницы освобождает от клиентов забронированное помещение
3. с ----- (а) часов дня в день прибытия и сохраняет его до -----(б) часов в
4. день отъезда».

4. В адрес владельца гостиницы поступил устный запрос от туристской фирмы на бронирование гостиничных услуг. Какие условия необходимо выполнить, чтобы запрос считался принятым?

1. подтвердить письмом;
2. подтвердить телексом;
3. подтвердить телеграммой;
4. подтвердить электронной почтой.

5. 20. Клиент не прибыл в гостиницу к назначенному сроку и турагент не информировал владельца гостиницы о возможном более позднем прибытии клиента. Бронирование услуг не было своевременно аннулировано. Кто компенсирует убытки владельцу гостиницы?

1. турагент;
2. клиент;
3. убытки не компенсируются.

6. Что из перечисленного является формой гарантированного бронирования:

1. предварительная оплата услуг;
2. использование кредитной карты;
3. гарантия туристских агентств;
4. туристский ваучер;
5. договоренность по телефону;
6. корпоративная гарантия?

7. Заявка на бронирование относится:

1. к финансовому потоку;
2. к информационному потоку.

Тема 16. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Стимулирование продаж и пропаганда турпродукта.

1. Тур с жестким, заранее спланированным (до контакта с клиентом) набором услуг, сориентированным на определенный вид отдыха или туризма, а также на социальный класс туристов и их возраст – это...

1. заказной тур
2. индивиду
3. ный тур
3. инклюзив-тур
4. групповой тур

2. К услугам более применимы следующие средства стимулирования:

1. реклама
2. пропаганда

3. стимулирование сбыта

4. личная продажа

3. Нужда становится мотивом совершения покупки, когда:

1. человек удовлетворяет ее

2. она достигает максимального уровня

3. в процессе ее удовлетворения

4. с момента ее появления

4. Стратегия диверсификации это:

1. проникновение на новые рынки со старым товаром

2. проникновение на новые рынки с новым товаром

3. включение в производственную программу продуктов, которые не связаны с прежней деятельностью предприятия

5. К стимулированию сбыта можно отнести:

1. конкурсы с подарками

2. беспроигрышные лотереи

3. зачетные купоны, скидки

4. все вышеперечисленно

Тема 17. Каталог туроператора – основной носитель информации для продвижения турпродукта. Выставочная деятельность.

1. Укажите два основных вида каталогов:

1. рекламно-информационный

2. генеральный каталог

3. служебный каталог

4. справочный

2. Туристские выставки относятся к:

1. рекламным средствам продвижения турпродукта

2. к не рекламным методам продвижения

3. мероприятиям, сочетающим и рекламные и нерекламные средства продвижения

4. все ответы верны

3. Выставки, в которых принимают участие представители различных отраслей

1. многоотраслевые

2. универсальные

3. отраслевые

3. все ответы верны

4. Туристские выставки в зависимости от географического состава подразделяются на:

1. международные, национальные региональные, областные, воркшоп;

2. международные, национальные, региональные, воркшоп;

3. международные, национальные, воркшоп

4. все ответы верны

5. Туристские выставки относятся к:

1. рекламным средствам продвижения турпродукта

2. к нерекламным методам продвижения

3. мероприятиям, сочетающим и рекламные и нерекламные средства продвижения

4. все ответы верны

Раздел 5. Работа с клиентом

Тема 18. Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса. Технологии продаж.

1. Какие существуют подходы к сегментации туристского рынка:

1. продуктовый и рыночный;

2. рыночный;

3. межотраслевой;

4. балансово-экономический.

2. Результатами сегментации потребителей являются:

1. быстрая адаптация к запросам покупателей и максимальное их удовлетворение;

2. выявление неудовлетворенного спроса, позволяющего вносить необходимые коррективы в маркетинговые стратегии;

3. органическая увязка концепции нового товара со стратегией жизненного цикла в целевом сегменте;

4. ослабление конкурентных преимуществ компании.

3. Для работы с клиентом работник туристской фирмы должен быть подготовлен к:

1. организационно-управленческой,

2. планово-экономической,
3. проектно-аналитической
4. исследовательской

4. Специалист в области туроперейтинга должен быть способен к:

1. проектной деятельности в профессиональной сфере,
2. знать принципы системного анализа,
3. уметь строить и использовать модели для описания
4. прогнозирования различных явлений,
5. осуществлять их качественный и количественный анализ
6. применять данные анализа для проектирования и разработки туристских программ и продуктов.

5. Слишком медленный темп в общении с клиентом воспринимается как показатель:

1. усталости
2. равнодушия
3. незаинтересованности сотрудника.

6. С точки зрения особенностей поведения людей можно выделить четыре основных типа клиентов турфирмы:

1. оседлый тип
2. оседло-мобильный тип
3. мобильный тип
4. кочевой тип.

7. С точки зрения особенностей поведения людей выделяют четыре основных типа клиентов турфирмы:

1. оседлый тип
2. оседло-мобильный тип,
3. мобильный тип
4. кочевой тип.

Тема 19. Порядок предоставления информации о маршруте.

1. Как называется документы, характеризующие основные сведения о маршруте?

1. расписание
2. схема маршрута
3. паспорт маршрута
4. учетно-контрольный лист

2. Предоставляются рекламные материалы о маршруте

1. рекламные альбомы с полной информацией о стандартном маршруте
2. иллюстрированные каталоги отелей страны следования, видеоматериалы

3. Предоставляется информация о стоимости турпакета

1. стоимость услуг на маршруте, которые могут включать стоимость проезда, проживания, питания, трансфера, экскурсий, индивидуального сопровождения, лечения и других услуг
2. стоимость визы
3. стоимость страховки

4. Предоставляется информация о продолжительности и протяженности маршрута

1. общий срок пребывания клиента в стране с уточнением начального и конечного пункта назначения
2. сроки пребывания в промежуточных пунктах назначения в период назначения в период путешествия
3. расстояние до пункта назначения и время перелета, переезда

5. Предоставляется информация о компании - перевозчике

1. название компании-перевозчика
2. вид транспортного средства
3. класс перевозки
4. расписание рейсов

6. Предоставляется информация о местоположении отеля с указанием параметров, определяющих выбор отеля:

1. расстояние от аэропорта, вокзала, автостанции, автострады
2. расстояние до центра города
3. расстояние от моря, пляжа
4. расстояние до подъемника (для горнолыжных курортов)

7. Предоставляется информация об инфраструктуре отеля

1. наличие номеров в отеле по категориям
2. наличие пляжа, его оборудование с перечнем услуг
3. наличие аквапарка
4. наличие бассейнов
5. наличие медицинского кабинета

6. наличие помещений для лечебных процедур

8. Предоставляется информация о комфортности условий проживания

1. количество кроватей в номере и их виды

2. наличие ванной комнаты

3. наличие кондиционеров

4. вид из окна

5. наличие телефона, факса, телевизора

6. наличие мини-бара

Тема 20. Работа с документами клиента и подписание договора. Инструктаж клиентов.

1. Какие договоры считаются недействительными?

1. заключенные не по закону;

2. заключенные с пороком воли;

3. заключенные, в неустановленной законом форме;

4. заключенные недееспособными лицами;

5. имеющие опечатки, грамматические ошибки и другие аналогичные недостатки.

2. Какие договоры считаются ничтожными?

1. договоры, не содержащие хотя бы одного из существенных условий;

2. договоры, не содержащие наименования сторон;

3. договоры, не содержащие предмет договора;

4. договоры, не содержащие цены;

5. договоры, не содержащие срока исполнения;

6. договоры, не содержащие указания на место исполнения, когда это необходимо по существу.

3. В туризме и гостиничном бизнесе наиболее распространенными являются: агентский договор, договор поручения, договор комиссии, договор возмездного оказания услуг, аренды, страхования, перевозки, купли-продажи, франчайзинга и некоторые другие. Что такое договор купли-продажи?

1. это договор, согласно которому одна сторона передает другой стороне за плату имущество во временное пользование;

2. это договор, согласно которому, одна сторона (продавец) передает другой стороне (покупателю) определенный товар за определенную плату в вечное владение, пользование и распоряжение;

в. это договор, разрешающий одному лицу продавать товары другим лицам за плату;

3. это договор, согласно которому разрешена торговля товарами в определенном месте по определенным правилам;

4. это договор, согласно которому товар переходит из рук в руки за деньги;

5. это договор оптовой продажи товаров.

4. Договор поручения – это:

1. договор, при котором одна сторона (турагент) обязуется совершать от имени и за счет другой стороны (туроператора) определенные юридические действия, например, заключать договор с туристом и др.;

2. договор, при котором одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет комитента;

3. договор, согласно которого одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершить по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала (туроператора) либо от имени и за счет принципала;

4. договор, согласно которому одна сторона (правообладатель) передает за плату на определенный срок другой стороне (приобретателю права) исключительные права на Товарный знак, Фирменное наименование, Торговую марку;

5. договор, согласно которому одна сторона (страховщик) обязуется выплачивать другой стороне (страхователю) страховую выплату при наступлении страхового случая, а страхователь обязуется за это страховую премию или взносы;

6. договор, согласно которому одна сторона (поручитель) поручается за другую сторону (должника) перед третьей стороной (кредитором) за определенную выплату должником своего долга кредитору.

5. Структура договора включает в себя все ниже перечисленные позиции, кроме одной. Какой?:

1. наименование, место и дату заключения договора, срок действия договора;

2. наименование сторон, их реквизиты, предмет договора, конкретные услуги, входящие в договор;

3. права и обязанности сторон, порядок платежей, форс-мажорные обстоятельства;

4г. взаимная ответственность сторон, страхование, порядок разрешения споров;

5. порядок изменения или прекращения договора и взаимного отчета сторон, подписи, печати и реквизиты подписантов;

6. подпись третьей стороны, заверяющей подписи сторон или подписи свидетелей, присутствующих при подписании договора.

Тема 21. Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур).

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

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

2. Первичная единица туристского продукта, реализуемая клиенту как единое целое, продукт труда туроператора на определенный маршрут и в конкретные сроки – это:

1. туристская путевка.
2. тур пакет.
3. туристская экскурсия.
4. тур.

3. Наличие возможностей для удовлетворения социокультурных потребностей людей в туруслугах

1. культурно-досуговые ценности
2. социокультурный потенциал сферы туризма
3. культурная этика
4. факторы туризма

4. Побуждение человека, направленное на удовлетворение потребностей, в зависимости от его индивидуальных, физиологических и психологических особенностей, системы ценностей, склонностей, образования

1. цели досуга
2. функции досуга
3. Наполнение досуга
4. мотив досуга
5. Виды нужд, испытываемые человеком в туристском путешествии
1. физиологический отдых, общение, художественное развитие
2. первичные
3. материальные
4. Вторичные

5. Какие особенности, характеризуют индивидуальные туры:

1. доступность массовому туристу
2. предоставляют туристу больше независимости и самостоятельности
3. турист обязан подчиняться установленному порядку
4. высокая стоимость тура

Тема 22. Работа с претензиями. Безопасность в туризме.

1. Безопасность в туризме подразумевает:

1. личную неприкосновенность туристов
2. личную безопасность туристов и их имущества, безопасность окружающей среды, безопасность туристских объектов, безопасность национальных интересов принимающих государств
3. гарантии оказания оплаченных услуг

2. Претензии клиентов рассматривает:

1. служба приёма и размещения
2. служба приёма
3. служба размещения
4. администрация гостиницы
5. дежурный по этажу

3. Под безопасностью туризма понимается:

1. безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также не нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества, а так же безопасности государства;
2. безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также не нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде, материальным и духовным ценностям общества;
3. безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также не нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде и материальным ценностям общества;
4. личная безопасность туристов (экскурсантов), сохранность их имущества, а также не нанесение ущерба при совершении путешествий окружающей среде;
5. безопасность туристов (экскурсантов) и сохранность их имущества;
6. безопасность туристов, туроператоров и турагентов.

4. Что такое «транспортная безопасность»:

1. состояние защищенности объектов транспортной инфраструктуры и транспортных средств от актов незаконного вмешательства и террористических актов;

2. состояние защищенности объектов транспортной инфраструктуры и транспортных средств от актов незаконного вмешательства;

3. состояние защищенности инфраструктуры железнодорожного транспорта от актов незаконного вмешательства

5. Каковы задачи обеспечения транспортной безопасности:

1. нормативное правовое регулирование в области обеспечения транспортной безопасности;

2. взаимная ответственность личности, общества и государства в области обеспечения транспортной безопасности;

3. определение угроз совершения актов незаконного вмешательства;

4. оценка уязвимости объектов транспортной инфраструктуры и транспортных средств;

5. взаимодействие субъектов транспортной инфраструктуры, органов государственной власти и органов местного самоуправления;

6. категорирование объектов транспортной инфраструктуры и транспортных средств;

7. разработка и реализация требований по обеспечению транспортной безопасности;

8. разработка и реализация мер по обеспечению транспортной безопасности;

9. подготовка специалистов в области обеспечения транспортной безопасности;

10. осуществление федерального государственного контроля (надзора) в области обеспечения транспортной безопасности;

11. информационное, материально-техническое и научно-техническое обеспечение транспортной безопасности.

6. Планы обеспечения транспортной безопасности разрабатываются на основании каких результатов?

1. результатов категорирования;

2. результатов оценки уязвимости;

3. результатов определения потенциальных угроз.

7. Что подразумевает под собой понятие «уровень безопасности»:

1. степень защищенности транспортного комплекса, соответствующая степени угрозы совершения акта незаконного вмешательства;+

2. степень защищенности транспортного комплекса, соответствующая угрозам совершения акта незаконного вмешательства;

3. уровень защищенности транспортного комплекса, соответствующая степени угрозы совершения акта незаконного вмешательства

8. Как называются уровни, которые составляют модель управления транспортной безопасностью:

1. федеральный;

2. стратегический;

3. тактический;

4. Оперативный

9. В течение, какого времени, после завершения тура, клиент может подать претензию относительно качества обслуживания в туре:

1. 5 дней

2. 10 дней

3. 15 дней

4. 20 дней

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

7 - ой семестр

1-й рейтинг - контроль

1. Вклад туризма в мировую экономику, технические и социальные достижения.

2. Факторы, влияющие на развитие туризма в России и за рубежом.

3. «Видимая и невидимая торговля», «видимый и невидимый экспорт и импорт» в туризме.

4. Современные тенденции развития туризма XXI века.

5. Государственное регулирование туризма в Российской Федерации.

6. Базовые законодательные акты: Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности».

7. Закон «О защите прав потребителей», «О стандартизации» и т.д.

8. Основные различия между туроператором и турагентом: по системе доходов, по принадлежности турпродукта.

9. Дифференциация туроператоров по виду деятельности, по месту деятельности. Инициативные и рецептивные туроператоры.

10. Функции туроператора.

11. Документы, необходимые для работы фирмы.

12. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса.

13. Структура фирмы.

14. Материально-техническая база и безопасность фирмы.

15. Выбор организационно-правовых форм деятельности предприятия: ЧП, ПБОЮЛ, ООО, ЗАО, ОАО.
16. Документооборот туристской фирмы.

2-й рейтинг - контроль

1. Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы
2. Организация и управление туристской фирмой.
3. Планирование: сущность, классификация планов, виды планирования.
4. Организационно-управленческая структура и должностные обязанности персонала различных квалификационных уровней.
5. Основные виды наружного оформления.
6. Оформление внутренних помещений, оформление рабочих помещений.
7. Внешний вид сотрудников. Стилевое единство.
8. Виды поставщиков услуг в туризме.
9. Договор между туроператором и поставщиками услуг..
10. Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора; с гостиничным предприятием (договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 %, о твердой закупке мест с полной оплатой, договор о текущем бронировании); с предприятием питания, автотранспортным предприятием, музеем и экскурсионной фирмой.
11. Договора инициативного оператора: на квоту мест на регулярных авиарейсах, агентское соглашение с авиакомпанией. Аренда самолета – чартер.
12. Виды чартерных программ и условия продажи мест на чартерных рейсах: жесткий, мягкий и комбинированный блок.
13. Договор с железной дорогой, страховой компанией, визовым отделом.

3-й рейтинг - контроль

1. Организация групповых и индивидуальных туров.
2. Основные потребительские свойства турпродукта: обоснованность, надежность, эффективность, целостность, ясность, простота в эксплуатации, гибкость, полезность.
3. Гостеприимство как основной принцип технологии обслуживания туристов.
4. Принцип освобождения туриста и оптимальность обслуживания.
5. Основные требования к услугам размещения, питания, транспортным услугам, экскурсионным услугам в каждом классе обслуживания.
6. Обязательные и дополнительные услуги на туре в соответствии с уровнем обслуживания.
7. Заказные и инклюзив-туры как варианты работы с клиентом. Основные достоинства и недостатки заказных (индивидуальных) туров.
8. Пэкидж (инклюзив) туры: достоинства и недостатки.
9. Проектирование тура: технологическая карта тура, график загрузки предприятия, информационный листок и программа обслуживания туристов.
10. Обязательные и рекомендуемые требования к туруслуге.
11. Проектирование контроля качества и методы контроля.
12. Профессиональные подходы к созданию программы тура.
13. Уровень обслуживания, оптимальность обслуживания, технологии организации и проведения тура.
14. Территориальная разработка и тематическая направленность программы.
15. Особенности страхования в туризме.
16. Виды технологической документации тура.
17. Бланки строгой финансовой отчетности (путевка ТУР-1).
18. Туристский ваучер и памятка туриста.

8 -ой семестр

1-й рейтинг- контроль

1. Классы обслуживания: «люкс» (VIP), первый класс, бизнес-класс, туристский класс и экономический класс.
2. Основные требования к услугам размещения, питания, транспортным услугам, экскурсионным услугам в каждом классе обслуживания.

3. Обязательные и дополнительные услуги на туре в соответствии с уровнем обслуживания.
4. Туры и работа с ними. Технология обслуживания клиента в турфирме.
5. Договор с клиентом и лист бронирования.
6. Основные нормативные требования и содержание клиентского договора. Справочные материалы и прайс-листы оператора. Понятие «папка тура».
7. Особенности ценообразования в туризме. Цена: сущность, функция цены, этапы ценообразования.
8. Факторы ценообразования в деятельности туроператоров: внешние факторы, внутренние факторы, технологические факторы.
9. Методы ценообразования в туризме: затратный метод, конкурентный метод, ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции.
10. Ценообразование с ориентацией на спрос.
11. Маркетинговые методы установления цены.
12. Ценовая структура туристского продукта.
13. Расчет стоимости группового тура. Калькуляция стоимости тура.

2-й рейтинг- контроль

1. Виды паспортов российских граждан.
2. Основные документы ребенка при выезде за рубеж.
3. Виды виз. Особенности получения российской визы.
4. Требования к документам клиента при получении Шенгенской визы, визы США, Великобритании, Австралии и других стран.
5. Анкета посольства: общие и специфические требования отдельных государств.
6. Индивидуальные и групповые визы.
7. Работа посольств в практике турфирм.
8. Внешние и внутренние каналы сбыта.
9. Основные формы продажи турпродукта: формальная сеть, собственные бюро продаж, контрагентская сеть.
10. Каналы продвижения турпродукта.
11. Розничные агентства и оптовые туристские фирмы.
12. Традиционные и нетрадиционные фирмы продаж турпродукта.
13. Основные критерии выбора партнеров по сбыту: правоспособность, кредитоспособность, дееспособность.
14. Способы продвижения право-, дееспособности.
15. Финансовые механизмы регулирования отношений с партнерами: авансовые платежи.
16. Депозит и задаток: основные особенности.
17. Агентское соглашение: договор поручения, договор комиссии, договор возмездного оказания услуг, договор купли-продажи.
18. Необходимые условия соглашения.
19. Форс-мажорная оговорка, язык соглашения.

3-й рейтинг- контроль

1. Бронирование как основной технологический процесс реализации туристского продукта.
2. Существенные условия бронирования. Резервация. Базисные условия договора туризма.
3. Условия бронирования мест туроператором в объекте размещения: по заявке, по запросу; свободная продажа (free sale); безвозвратное квотирование (on commitment); возвратное квотирование.
4. Основные понятия бронирования: релиз-период, подтверждение, аннуляция и т.д.
5. Технология бронирования и реализации туристского продукта «Турагент – Туроператор».
6. Технологическая документация бронирования туристского продукта.
7. Современные технологии автоматизации туристской деятельности. Преимущества автоматизации.
8. Информационные технологии в туристической деятельности.
9. Функциональные особенности ПО. Программные комплексы для автоматизации деятельности туроператора и турагента. Семейство ПК «Мастер».
10. Интернет-технологии в туристской деятельности. Сайты туристских компаний.

11. Технология он-лайн бронирования турпродукта.

7.3.3. Перечень вопросов выносимых на промежуточную аттестацию
Вопросы для подготовки к зачету по итогам 7 семестра

1. Вклад туризма в мировую экономику, технические и социальные достижения.
2. Факторы, влияющие на развитие туризма в России и за рубежом.
3. «Видимая и невидимая торговля», «видимый и невидимый экспорт и импорт» в туризме.
4. Современные тенденции развития туризма XXI века.
5. Государственное регулирование туризма в Российской Федерации.
6. Основные термины и понятия турист, экскурсант, туристские ресурсы, туриндустрия, маршрут путешествия, трансфер, переводчик, аннуляция. Сертификация, стандартизация.
7. Базовые законодательные акты: Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности».
8. Закон «О защите прав потребителей», «О стандартизации» и т.д.
9. Основные различия между туроператором и турагентом: по системе доходов, по принадлежности турпродукта.
10. Дифференциация туроператоров по виду деятельности, по месту деятельности. Инициативные и рецептивные туроператоры.
11. Функции туроператора.
12. Деятельность туроператора на туристском рынке.
13. Типы туроперейтинга.
14. Особенности рецептивного туроперейтинга.
15. Деятельность инициативного туроперейтинга.
16. Роль оптовых туроператоров на международном туристском рынке.
17. Документы, необходимые для работы фирмы.
18. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса.
19. Этапы создания турфирмы.
20. Структура фирмы.
21. Материально-техническая база и безопасность фирмы.
22. Выбор организационно-правовых форм деятельности предприятия: ЧП, ПБОЮЛ, ООО, ЗАО, ОАО.
23. Документооборот туристской фирмы.
24. Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы
25. Организация и управление туристской фирмой.
26. Планирование: сущность, классификация планов, виды планирования.
27. Организационно-управленческая структура и должностные обязанности персонала различных квалификационных уровней.
28. Основные виды наружного оформления.
29. Оформление внутренних помещений, оформление рабочих помещений.
30. Внешний вид сотрудников. Стилевое единство.
31. Виды поставщиков услуг в туризме.
32. Договор между туроператором и поставщиками услуг..
33. Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора; с гостиничным предприятием
34. Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора с предприятием питания,
35. Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора автотранспортным предприятием,
36. Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора музеем и экскурсионной фирмой.
37. Договора инициативного оператора: на квоту мест на регулярных авиарейсах, агентское соглашение с авиакомпаниями.
38. Аренда самолета – чартер.
39. Виды чартерных программ и условия продажи мест на чартерных рейсах: жесткий, мягкий и комбинированный блок.
40. Договор с железной дорогой, страховой компанией, визовым отделом.
41. Организация групповых и индивидуальных туров.
42. Основные потребительские свойства турпродукта: обоснованность, надежность, эффективность, целостность, ясность, простота в эксплуатации, гибкость, полезность.
43. Гостеприимство как основной принцип технологии обслуживания туристов.

44. Принцип освобождения туриста и оптимальность обслуживания.
45. Классы «люкс» (VIP), первый класс, бизнес-класс, туристский класс и экономический класс.
46. Основные требования к услугам размещения, питания, транспортным услугам, экскурсионным услугам в каждом классе обслуживания.
47. Обязательные и дополнительные услуги на туре в соответствии с уровнем обслуживания.
48. Заказные и инклюзив-туры как варианты работы с клиентом. Основные достоинства и недостатки заказных (индивидуальных) туров.
49. Пэкидж (инклюзив) туры: достоинства и недостатки.
50. Проектирование тура: технологическая карта тура, график загрузки предприятия, информационный листок и программа обслуживания туристов.
51. Обязательные и рекомендуемые требования к туруслуге.
52. Проектирование контроля качества и методы контроля.
53. Профессиональные подходы к созданию программы тура.
54. Уровень обслуживания, оптимальность обслуживания, технологии организации и проведения тура.
55. Территориальная разработка и тематическая направленность программы.
56. Особенности страхования в туризме.
57. Виды технологической документации тура.
58. Бланки строгой финансовой отчетности (путевка ТУР-1).
59. Туристский ваучер и памятка туриста.

Вопросы для подготовки к экзамену по итогам 8 семестра

1. Типичные цели рекламы в туризме: информативная, убеждающая, напоминающая.
2. Нормативная основа рекламной деятельности; сложность рекламы турпродукта.
3. Выбор средств рекламы или рекламоносителей. Оплата рекламных объявлений и контроль за расходами.
4. Виды нерекламных методов продвижения турпродукта.
5. Стимулирование потребителей (туристов).
6. Стимулирование розничных турагентств.
7. Пропаганда туризма: установление и поддержание связей с прессой; общефирменная коммуникация, товарная пропаганда, лоббизм и консультирование.
8. Требования, предъявляемые к информации.
9. Информационные поездки.
10. Виды каталогов: генеральные и служебные.
11. Основные требования к тексту и переводу текста.
12. Ценовые каталоги и таблицы. Затраты на производство каталогов.
13. Основные требования к каталогу: степень информированности, удобство пользования, достоверность информации, условия сотрудничества туроператора.
14. Технология распространения каталогов.
15. Виды и категории выставок.
16. Этапы работы на выставках: выбор выставки, подготовка к выставке, работа на стенде, подведение итогов выставки.
17. Презентация: виды, понятие, подготовка к презентации, работа на презентациях и подведение итогов.
18. Понятие сегментирования рынка. Требования к рыночному сегменту. Ограничения сегментирования.
19. Основные принципы выделения отдельных сегментов рынка: социально-экономический, половозрастной, этнокультурный, религиозный, образовательно-интеллектуальный, психолого-эмоциональный.
20. Специфика работы с отдельными сегментами.
21. Виды покупательского спроса: потенциальный, формирующийся, сложившийся, сезонный.
22. Факторы формирования спроса.
23. Современные тенденции туристского спроса и предложения.
24. Телефонный разговор как первый этап установления контакта с клиентом.
25. Типы клиентов.
26. Взаимодействие с клиентом.
27. Работа с клиентом до и после подписания договора.

28. Работа с клиентом в сложных ситуациях.
29. Виды конфликтов.
30. Взаимодействие с клиентом после завершения путешествия.
31. Информация о туре, предоставляемая клиенту до заключения договора.
32. Правила и требования, предъявляемые посольствами, консульствами, таможенными и пограничными службами.
33. Особенности визового режима отдельных стран: Израиль, ОАЭ, Франция, Великобритания, США, Австралия и др.
34. Информация о маршруте, предоставляемая после подписания договора с клиентом.
35. Инструктаж клиентов, необходимый объем информации об условиях размещения, уровне комфорта, о трансфере и условиях питания, экскурсий, дополнительных услугах.
36. Перечень документов, необходимых для оформления тура. Проверка документов, прием документов.
37. Получение визы, страхового полиса, памятки туриста, путевки, ваучера.
38. Ответственность менеджера турагентства за достоверность и своевременность информации, правильное оформление проездных билетов и всей остальной документации туриста.
39. Технология разработки индивидуального тура: заявка, предоплата, форма взаимодействия с клиентом, особые условия обслуживания, дополнительные услуги.
40. Обслуживание клиентов класса VIP.
41. Уникальность предложения и эксклюзивный набор услуг.
42. Основные достоинства и сложности работы с индивидуальными турами.
43. Виды и типичные поводы возникновения недовольства туристов.
44. Деятельность рецептивного оператора по предотвращению жалоб туристов во время отдыха.
45. Взаимодействие агентства и рецептивного, а также инициативного операторов по решению проблем туристов.
46. Документальное сопровождение жалоб.
47. Правовые нормы при рассмотрении письменных и устных претензий туристов.
48. Сроки и порядок рассмотрения жалоб.
49. Зарубежные представители туроператора: основные задачи и функции.
50. Ответственность представителя фирмы за рубежом за качество обслуживания туристов.
51. Перечень условий, при которых необходимо сопровождение группы.
52. Основные функции менеджера, сопровождающего группу.
53. Форма отчетности турлидера перед оператором.
54. Факторы, влияющие на туриста во время отдыха.
55. Общие ограничительные меры во время пребывания в зарубежной стране.
56. Страны риска для посещения.
57. Организация безопасности туристов на турфирме. Контроль за выполнением требований безопасности.
58. Государственное регулирование туризма в Российской Федерации.
59. Базовые законодательные акты: Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности». Закон «О защите прав потребителей», «О стандартизации» и т.д.
60. Дифференциация туроператоров по виду деятельности, по месту деятельности. Функции туроператора.
61. Типы туроперейтинга. Особенности рецептивного туроперейтинга. Деятельность инициативного туроперейтинга.
62. Документы, необходимые для работы фирмы. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса.
63. Этапы создания турфирмы. Структура фирмы. Внутреннее и внешнее оформление турфирмы. Внешний вид сотрудников. Стилевое единство.
64. Виды поставщиков услуг в туризме. Договор между туроператором и поставщиками услуг.
65. Договора с поставщиками услуг рецептивного туроператора; с гостиничным предприятием, с предприятием питания, автотранспортным предприятием,
66. Договора инициативного оператора: на квоту мест на регулярных авиарейсах, агентское соглашение с авиакомпанией. Аренда самолета – чартер.
67. Виды чартерных программ и условия продажи мест на чартерных рейсах: жесткий, мягкий и комбинированный блок.
68. Договор с железной дорогой, страховой компанией, визовым отделом.

69. Организация групповых и индивидуальных туров.
70. Классы «люкс» (VIP), первый класс, бизнес-класс, туристский класс и экономический класс. Основные требования к услугам размещения, питания, транспортным услугам, экскурсионным услугам в каждом классе обслуживания.
71. Заказные и инклюзив-туры как варианты работы с клиентом. Основные достоинства и недостатки заказных (индивидуальных) туров.
72. Проектирование тура: технологическая карта тура, график загрузки предприятия, информационный листок и программа обслуживания туристов.
73. Виды технологической документации тура. Бланки строгой финансовой отчетности (путевка ТУР-1). Туристский ваучер и памятка туриста.
74. Туры и работа с ними. Технология обслуживания клиента в турфирме.
75. Договор с клиентом и лист бронирования.
76. Основные нормативные требования и содержание клиентского договора. Справочные материалы и прайс-листы оператора. Понятие «папка тура».
77. Особенности ценообразования в туризме. Факторы ценообразования в деятельности туроператоров. Методы ценообразования в туризме.
78. Маркетинговые методы установления цены. Ценовая структура туристского продукта.
79. Расчет стоимости группового тура. Калькуляция стоимости тура.
80. Виды паспортов российских граждан. Основные документы ребенка при выезде за рубеж.
81. Виды виз. Особенности получения российской визы. Требования к документам клиента при получении Шенгенской визы, визы США, Великобритании, Австралии и других стран.
82. Внешние и внутренние каналы сбыта. Основные формы продажи турпродукта.
83. Каналы продвижения турпродукта. Розничные агентства и оптовые туристские фирмы.
84. Основные критерии выбора партнеров по сбыту: правоспособность, кредитоспособность, дееспособность.
85. Финансовые механизмы регулирования отношений с партнерами: авансовые платежи. Депозит и задаток: основные особенности.
86. Агентское соглашение: договор поручения, договор комиссии, договор возмездного оказания услуг, договор купли-продажи.
87. Бронирование как основной технологический процесс реализации туристского продукта.
88. Технологическая документация бронирования туристского продукта.
89. Современные технологии автоматизации туристской деятельности. Преимущества автоматизации.
90. Функциональные особенности ПО. Программные комплексы для автоматизации деятельности туроператора и турагента. Семейство ПК «Мастер».
91. Интернет-технологии в туристской деятельности. Сайты туристских компаний.
92. Технология он-лайн бронирования турпродукта.

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 утвержденных проректором по УР календарных учебных графиках и расписаниях промежуточной аттестации по направлению подготовки, которые размещаются на информационных стендах факультетов и на сайте университета в установленные сроки.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

а) основная литература:

1. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебник для студ. вузов, обуч. по напр. подготовки "Туризм" / Е. А. Джанджугазова. - 2-е изд., доп. - М. : Академия, 2016. - 272 с.
2. Жуков А.А., Дерябина С.О. Технология и организация операторских и агентских услуг [Текст]: учебник/второе издание, стер. – М.: Издательский центр «академия», 2014. -208с.
3. Хайретдинова, О.А. Технология и организация туроператорской деятельности: Учебное

пособие/ 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. : табл., схем. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-88469-747-8; [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445129\(19.05.2017\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445129(19.05.2017)).

б) 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. - [Б. м.] : Феникс, 2010. - 332 с

5. Бгатов, А. П. Туристские формальности [Текст] : учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / А. П. Бгатов. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательский центр "Академия", 2013. - 368 с.

6. Виноградова, Т. В. Технологии продаж турпродукта [Текст] : учебник для студ. высш. проф. образов., обуч. по напр. "Туризм" / Т. В. Виноградова. - 2-е изд., стер. - М. : Издательский центр "Академия", 2014. - 240 с.

7. Гаврилова, С.В. Организация туристического и гостиничного бизнеса : учебно-методический комплекс / С.В. Гаврилова, А.Г. Томская, А.В. Дмитриев. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. - 357 с. - ISBN 978-5-374-00274-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90828\(24.05.2017\)](http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90828(24.05.2017)).

8. Долженко, Г. П. Экскурсионное дело [Текст] : учебное пособие для бакалавров и магистрантов / Г. П. Долженко. - 4-е изд., испр. и доп. - Ростов н/Д : Феникс, 2012. - 308 с.

9. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности [Текст]: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2008. 288 с.

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". - [Б. м.] : Наука-Спектр, 2012.

11. Туризм: Безопасность в программах туров и на туристских маршрутах [Текст] : учеб. пособие для профильных вузов / И. И. Бутко [и др.] ; ред. И. И. Бутко. - 2-е изд., пер. и доп. - Ростов н/Д : Изд. центр МарТ, 2010. - 332 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, практических и семинарских занятий), 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 тетрадь. При подготовке к практической работе студенту следует составить краткий ответ (1-2 стр.) на контрольные вопросы. Студент должен тщательно готовиться к практическим занятиям путем проработки теоретических положений по теме занятия из конспекта лекции, рекомендуемых учебников, учебных пособия, дополнительной литературы, интернет - источников.

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

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. Вы можете дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы, и в дальнейшем использовать собственные подготовленные учебные материалы при написании курсовых и дипломных работ.

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 беседах, деловых (ролевых) играх, дискуссиях, круглых столах, конференциях;
- участие в тестировании и др.

Самостоятельная работа во внеаудиторное время может включать:

- повторение лекционного материала;
- подготовку к практическим занятиям;
- изучение учебной и научной литературы;
- изучение нормативных правовых актов (в т.ч. в электронных базах данных);
- решение задач, выданных на практических занятиях;
- подготовку к контрольным работам, тестированию и т.д.;
- подготовку устных докладов (сообщений);
- подготовку рефератов, эссе и иных индивидуальных письменных работ по заданию преподавателя;
- выделение наиболее сложных и проблемных вопросов по изучаемой теме, получение разъяснений и рекомендаций по данным вопросам с преподавателями кафедры на их еженедельных консультациях.
- проведение самоконтроля путем ответов на вопросы текущего контроля знаний, решения представленных в учебно-методических материалах кафедры задач, тестов, написания рефератов и эссе по отдельным вопросам изучаемой темы.

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.).

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

Для студентов заочной формы обучения, после окончания предыдущей сессии, практикуется установочные занятия, где они ознакомились с целями и задачами изучения последующих дисциплин, с перечнем вопросов, которые они должны изучать для обладания запланированными в рабочей программе компетенциями.

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;
- внимательно прочитать рекомендованную литературу;
- составить краткие конспекты ответов (планы ответов).

Дисциплина «Технология и организация операторских и агентских услуг» рассчитана на изучение в два семестра и заканчивается 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.VY3 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 26EC-241021-134643-810-2826, договор № 651/A от 18.10.2024 г. до 31.10.2025

11.2 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/
Электронная туристическая библиотека	http://tourlib.net/statti_tourism/tropina2.htm
Туристический бизнес для профессионалов	http://www.tourbus.ru/archive/69.html
Портал для турагентств	http://www.turprofi.ru/news/
Официальный сайт федерального агентства по туризму Российской Федерации	http://www.russiatourism.ru/files
Информационный сайт Travel	http://www.travel.ru/search/result.html
Интернет сайт для турагентств и туристов	http://tourexpi.com/ru/index.html
Информационное агентство Турифо	http://www.tourinfo.ru/content/rating/rating_2008.php
Справочно-правовая система ГАРАНТ.	http://www.garant.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