



## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

### Туроперейтинг

Направление подготовки: **43.03.02 Туризм**

Общая трудоемкость (в академических часах / ЗЕ)	252 часа / 7 ЗЕ		
в том числе по формам обучения:	<b>Очная</b>	<b>Очно-заочная</b>	<b>Заочная</b>
<i>аудиторных</i>	96	64	24
из них:			
лекций	40	24	8
практических	56	40	16
<i>самостоятельных</i>	120	152	220
<i>на контроль</i>	36	36	8
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	экзамен	экзамен	экзамен
	3 семестр	4 семестр	2 курс

Москва 2016



Рабочая программа составлена на основании ФГОС ВО и учебного плана МГИИТ имени Ю.А. Сенкевича  
на кафедре туризма  
факультета туризма и гостеприимства

Составитель рабочей учебной программы:  
ст. преподаватель кафедры туризма Макаров И.Б.

**УТВЕРЖДЕНО**  
на заседании кафедры туризма

Протокол заседания № 1 от 30 августа 2016 г.

Заведующий кафедрой, канд. экон. наук, доц. Кутепова Г.Н.

**СОГЛАСОВАНО**

Декан факультета туризма и гостеприимства С.П. Анзорова

Руководитель Центра менеджмента качества Е.А. Шкабура

Начальник методического отдела Е.В. Яковлева



## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП.....	5
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП .....	5
4. Объем дисциплины и виды учебной работы .....	6
5. Содержание дисциплины.....	7
5.1. Содержание разделов дисциплины.....	7
5.2. Распределение часов по темам и видам занятий .....	10
6. Интерактивные занятия .....	13
7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине .....	15
8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	15
8.1. Паспорт фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся.....	15
8.2. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы .....	16
8.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.....	18
8.4. Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	21
8.4.1. Перечень вопросов для самоконтроля.....	22
8.4.2. Контрольные срезы.....	22
8.4.3. Перечень вопросов для подготовки к экзамену.....	23
8.4.4. Комплект билетов для проведения экзамена .....	24
8.4.5. Тематика контрольных работ (для заочной формы обучения) .....	30
8.4.6. Тестовые задания по дисциплине .....	30
8.5. Перечень методических материалов, определяющих процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	37
8.6. Мониторинг самостоятельной работы студентов .....	38
9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	38
10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	38
11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	39
11.1. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению теоретического материала.....	39
11.2. Материалы для подготовки обучающихся к семинарским занятиям .....	44
11.3. Методические рекомендации по написанию контрольных работ студентами заочной формы обучения.....	50
11.4. Методические рекомендации по подготовке докладов, рефератов, презентаций .....	54
11.5. Методические указания по подготовке к текущим контрольным срезам, тестированию .....	55
12. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.....	58



Государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования города Москвы  
**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ  
ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ИМЕНИ Ю.А. СЕНКЕВИЧА**

СМК МГИИТ  
Т.0.30.08.2016

Лист **4** из **60**

13. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине .....60



## 1. Цели и задачи дисциплины

Целью курса «Туроперейтинг» является подготовка студентов к практической деятельности по формированию, продвижению и реализации туруслуг в качестве специалистов по туризму с использованием знаний, полученных при изучении технологических процессов применяемых туристическими фирмами в разработке и реализации турпродукта.

Задачами изучения курса «Туроперейтинг» являются: ознакомление студентов с методами формирования и продвижения турпродукта, технологическими процессами взаимодействия туроператоров (ТО) и турагентов (ТА) на этапах формирования и продвижения туристского продукта, изучение отечественных законодательных актов и правил, используемых туристическими фирмами при организации поездок российских и иностранных туристов.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В структуре основной профессиональной образовательной программы учебная дисциплина является обязательной дисциплиной вариативной части блока Б1 (Б1.В.ОД.14).

Особенностью дисциплины «Туроперейтинг» является необходимость сочетания различных знаний и навыков при изучении дисциплины и в практической туристской деятельности, использования фундаментальных и прикладных знаний, полученных в процессе обучения, поскольку от уровня подготовки бакалавра по направлению подготовки 43.03.02 Туризм и его осведомленности в различных вопросах, касающихся туроперейтинга, зависит коммерческий успех туристической компании.

Для изучения дисциплины «Туроперейтинг» студент должен иметь твердые знания по дисциплине «Введение в специальность» (основные понятия по закону «Об основах туристской деятельности в РФ»), темы которой посвящены понятиям туризма как профессии и основным понятиям в туризме, это важно для понимания места и значения туроперейтинга в организации путешествий, а также разделы, где рассматривается сущность и классификация видов туризма, где определяется роль туроператорских компаний в обслуживании туристов.

Учебная дисциплина «Туроперейтинг» является базовой для освоения студентами дисциплин «Технология продаж» и «Технология и организация видов туризма».

## 3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП

В результате освоения ОПОП планируются следующие результаты освоения дисциплины.

Компетенции	В результате изучения дисциплины студент должен
Способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов (ОПК-3)	Знать: – технологию организации туроператорской деятельности; – принципы взаимодействия туроператора с партнерами; – формы и каналы сбыта турпродукта; – функции менеджера и требования к организации работы персонала; – технологии работы с индивидуальным туристом и турагентом; – нормативно-правовые документы, регулирующие туристскую деятельность, их практическое применение; – порядок оформления договоров и заключения контрактов по rea-



	<p>лизации туров;                  – правила оформления туристской документации (путевок, ваучеров, билетов, страховых полисов и др.);                  – принципы и правила работы с претензиями клиентов.</p> <p>Уметь:                  – осуществлять взаимодействие между ТО и ТА на уровне менеджера по продажам туроператорской компании;                  – организовать процесс взаимодействия с транспортными предприятиями, гостиницами, турагентствами;                  – своевременно и точно провести бронирование;                  – оформить договор с клиентом, турагентом;                  – организовать процесс обслуживания клиентов туроператора в офисе и на маршруте.</p> <p>Владеть:                  – навыками правильного заполнения туристских документов;                  – опытом ведения баз данных предоставляемых услуг, постоянных клиентов, поставщиков услуг.</p>
<p>Готовность к разработке туристского продукта на основе современных технологий (ПК-10)</p>	<p>Знать:                  – тенденции развития международного и внутреннего туризма;                  – основные нормативные документы, регулирующие взаимоотношения с партнерами, занятыми в приеме и обслуживании туристов по программе тура;                  – технологические процессы формирования, продвижения и реализации турпродукта;                  – схемы работы с предприятиями размещения, компаниями-перевозчиками, иными организациями при создании турпродукта;                  – правила бронирования билетов и услуг.</p> <p>Уметь:                  – определить основные направления деятельности туроператора;                  – проводить исследование туристского рынка;                  – выбрать партнеров по программе тура и определить форму сотрудничества;                  – заключать договоры с поставщиками услуг и турагентами на взаимовыгодных условиях.</p> <p>Владеть:                  – методами обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров;                  – опытом использования компьютерных средств автоматизации на всех этапах туроператорской деятельности.</p>

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	по формам обучения		
	очно	о/з	заочно
Аудиторные занятия (всего)	96	64	24
в том числе:			
– лекции	40	24	8



– практические и семинарские занятия	56	40	16
Самостоятельная работа студентов,– всего	120	152	220
в том числе:			
– подготовка сообщений, докладов, рефератов	20	32	–
– подготовка к практическим и семинарским занятиям	50	60	50
– подготовка письменной контрольной работы (для студентов заочной формы обучения)	–	–	50
– работа с учебной, учебно-методической и отраслевой периодической литературой	50	60	120
Вид промежуточной аттестации (экзамен)	36	36	8
Общая трудоемкость (в часах)	252	252	252
Общая трудоемкость (в зачетных единицах)	7	7	7

## 5. Содержание дисциплины

### 5.1. Содержание разделов дисциплины

#### Тема 1. Международный туристский рынок

Международная туриндустрия – состояние, тенденции, перспективы развития. Значение международного туризма во внешнеэкономических отношениях между странами. Положение туриндустрии в экономике. Роль и место турфирм в туриндустрии. Ситуация на туристском рынке России: тенденции и перспективы развития внутреннего, выездного и въездного туризма. Характеристика рынка выездного туризма. Характеристика основных международных въездных потоков.

#### Тема 2. Основы туристской деятельности в Российской Федерации

Основные понятия, используемые в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Терминология, применяемая в профессиональной туристской деятельности.

#### Тема 3. Классификация видов туризма

Цели, типы, виды, категории туризма. Принципы и признаки классификации. Характеристики видов туризма.

#### Тема 4. Факторы, влияющие на деятельность и развитие туризма

Факторы внешней среды – их черты и особенности. Факторы микро- и макросреды. Оценка влиятельности внешних и внутренних факторов.

Тема 5. Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта. Роль туроператорских компаний в создании туристского продукта

Туристские услуги: основные, дополнительные, сопутствующие. Туристский рынок: участники, понятия и особенности, обуславливающие необходимость деятельности профессиональных организаторов туризма. Понятие и виды деятельности туроператоров и турагентов. Туроператорские и турагентские предприятия, как субъекты туристского рынка: роль в создании и продвижении турпродукта. Инициативный и рецептивный туроператор. Прямая и репрезентативная схемы работы туроператора при создании туристского продукта. Органи-



зация и работа представительств туристских компаний за рубежом. Схемы продвижения турпродукта.

Тема 6. Создание привлекательного туристского продукта. Проектирование тура  
Классы обслуживания. Пакет услуг. Заказные туры. Инклюзив-туры. Индивидуальные и групповые туры. Классификация и разработка туристских маршрутов. Проектирование туров. Программа обслуживания. Поставщики услуг. Формирование туров. Расчет стоимости тура. Основы туроперейтинга во внутреннем туризме. Особенности российского туристского продукта. Виды предлагаемых и реализуемых программ. Основные параметры и условия, формирующие образ территорий, привлекательный для организации въездного туризма (безопасность, уровень сервиса, насыщенность туристскими объектами, состояние объектов, состояние инфраструктуры). Имидж территории. Особенности проектирования туров с учетом социально психологических особенностей иностранных туристов. Российские национальные праздники, как основа анимационных программ в экскурсионном и других видах въездного туризма.

Тема 7. Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения  
Взаимоотношения с предприятиями гостиничной индустрии. Объекты размещения. Характеристика объектов размещения за рубежом. Классификация и категоричность средств размещения с учётом специфики той или иной страны. Региональные особенности развития и функционирования объектов размещения. Формы сотрудничества. Разовые заявки, комитмент, элотмент, безотзывное бронирование, повышенная комиссия, приоритетное бронирование. Аренда гостиничного предприятия, апартаментов, других средств размещения. Взаимоотношения с предприятиями индустрии питания. Организация питания туристов за рубежом. Различия организационных форм питания (полупансион, полный пансион, «всё включено» и др.) в условиях прибрежных, городских и других форм размещения.

Тема 8. Сотрудничество туроператоров и перевозчиков  
Транспортные компании. Формы сотрудничества туроператора с авиакомпаниями. Регулярные и чартерные перевозки, фрахт воздушного судна. Выписка и реализация авиабилетов. Железнодорожная перевозка в составе тура за рубеж. Комбинированные маршруты: ж/д+авиа, ж/д+авто, ж/д+водный транспорт. Фрахтование ж/д вагонов. Предоставление услуг во фрахтуемых вагонах. Услуги автотранспортных хозяйств. Аренда автотранспортного средства. Речные и морские перевозки. Формы работы с круизными компаниями. Фрахтовка судна. Права и обязанности сторон.

Тема 9. Сотрудничество туроператоров и экскурсионных компаний  
Экскурсионные и трансферные организации. Взаимодействие экскурсовода, гида-переводчика с туроператором. Виды экскурсионного обслуживания. Сопровождение туристов гидом-переводчиком. Профессионально-квалификационные требования к экскурсоводу, гида-переводчику. Права и обязанности экскурсовода, гида-переводчика. Организация экскурсионной деятельности за рубежом.

Тема 10. Взаимодействие туроператоров с принимающими компаниями  
Услуги, оказываемые meet-компаниями. Контроль качества обслуживания и способы его регулирования. Права и обязанности сторон. Виды взаиморасчетов.

Тема 11. Страхование российских туристов, выезжающих за рубеж





Основы страхования в туризме. Необходимость страховой защиты туристов, выезжающих за рубеж. Типы и программы страхования, виды страховок. Взаимодействие туроператора со страховой компанией и туристом. Оформление страхового полиса.

#### Тема 12. Паспортно-визовые формальности

Правила выезда с территории РФ. Оформление и получение заграничного паспорта, визы (при необходимости). Паспортные формальности. Визовые формальности. Таможенные формальности. Правила оформления документов на детей, выезжающих с родителями/без родителей: паспортные, визовые; нотариальная доверенность; выезд и вылет детей за пределы РФ без сопровождения родителей. Прием иностранных туристов. Особенности оформления документации при въезде иностранных туристов в РФ. Медицинские формальности. Санитарно-эпидемиологические требования. Порядок ввоза и вывоза фауны и флоры. Порядок ввоза и вывоза культурных ценностей на территорию и с территории РФ.

#### Тема 13. Основные формы продажи туристского продукта

Оптовая и розничная продажа туристских услуг, технологии продаж. Принципы формирования сбытовой сети. Разновидности схемы рыночных каналов продвижения туристского продукта. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение.

Тема 14. Использование информационных технологий для организации туров и для продвижения турпродукта

Использование Интернет-сайтов и электронных систем для бронирования железнодорожных и авиабилетов. Интернет-бронирование гостиниц и других средств размещения, аренда автомобилей и др. Использование услуги on-line-бронирования туров. Сайты туроператорских и турагентских компаний – основной источник оперативной информации о предлагаемых турах.

#### Тема 15. Реклама туристского продукта: цели и основные принципы

Методы и нормативная основа рекламы турпродукта. Тактические решения по рекламе.

Тема 16. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Использование маркетинговых стратегий

Анализ деятельности наиболее успешных организаций по предоставлению услуг в сфере российского туризма. Изучение и выработка маркетинговых стратегий, направленных на развитие и популяризацию туризма. Стимулирование продажи и пропаганда (PR) турпродукта.

Тема 17. Каталог туроператора. Цели, задачи, организация участия в выставках Генеральные и служебные каталоги – основное содержание. Варианты ценовых таблиц. Подбор иллюстративного материала. Степень информативности, удобство пользования и достоверность информации.

Выбор выставки и подготовка к выставке. Работа на стенде. Средства создания, оформления и методы показа композиции. Основные правила выставочной работы. Работа после выставки.

#### Тема 18. Организация обслуживания туристов

Стратегия и менеджмент обслуживания. Качество обслуживания и способы его регулирования. Основы технологии обслуживания туристов в турагентской фирме. Профессио-



нальная этика работников турфирмы. Необходимость формирования коммуникативных навыков.

Тема 19. Партнерское взаимодействие в туристической индустрии

Принципы и правила партнерского общения в туристическом бизнесе. «Телефонный» этикет. Психологические правила общения и ведения переговоров.

Тема 20. Документооборот в туристической фирме

Документация туристической фирмы. Классификация документации: по кругу пользователей; по источнику информации; по степени и форме волеизъявления. Уставные документы. Бухгалтерские и статистические документы. Документы внутреннего распорядка. Документы, регламентирующие отношения с поставщиками, с агентами, с туристами. Документы туристов. Договор с клиентом – как основной документ туристической фирмы.

## 5.2. Распределение часов по темам и видам занятий

### Для очной формы обучения

	Наименование темы	лекции	практические	Из них:		СРС	Всего часов
				КР	интерактивные занятия		
1	Международный туристский рынок	2				5	7
2	Основы туристской деятельности в Российской Федерации	2		1		5	7
3	Классификация видов туризма	2		1		5	7
4	Факторы, влияющие на деятельность и развитие туризма	2		1		5	7
5	Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта. Роль туроператорских компаний в создании туристского продукта	2			2	5	7
6	Создание привлекательного туристского продукта. Проектирование тура	2	4		2	4	10
7	Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения	2	4		2	4	10
8	Сотрудничество туроператоров и перевозчиков	2	4			4	10
9	Сотрудничество туроператоров и экскурсионных компаний	2				4	6
10	Взаимодействие туроператоров с принимающими компаниями	2	4			4	10
11	Страхование российских туристов, выезжающих за рубеж	2	4			4	10
12	Паспортно-визовые формальности	2	4			4	10
13	Основные формы продажи турпродукта	2	4		2	4	10
14	Использование информационных технологий для организации туров и для продви-	2	4		2	4	10



	жения турпродукта						
15	Реклама турпродукта: цели и основные принципы	2	4		2	4	10
16	Нерекламные методы продвижения турпродукта. Использование маркетинговых стратегий	2	4		2	4	10
17	Каталог туроператора. Цели, задачи, организация участия в выставках	2	4		2	4	10
18	Организация обслуживания туристов	2	4		2	4	10
19	Партнерское взаимодействие в туристической индустрии	2	4		2	4	10
20	Документооборот в турфирме	2	4	1		4	10
	Подготовка к экзамену						36
	Общая трудоемкость (час)	40	56	4	20	120	252

**Для очно-заочной формы обучения**

	Наименование темы	лекции	практические	Из них:		СРС	Всего часов
				КР	интерактивные занятия		
1	Международный туристский рынок	1	2			6	9
2	Основы туристской деятельности в Российской Федерации	1	2	1		6	9
3	Классификация видов туризма	1	2	1		6	9
4	Факторы, влияющие на деятельность и развитие туризма	1	2	1		6	9
5	Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта. Роль туроператорских компаний в создании туристского продукта	1	2			6	9
6	Создание привлекательного туристского продукта. Проектирование тура	2	2		2	6	10
7	Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения	2	2		2	6	10
8	Сотрудничество туроператоров и перевозчиков	2	2		2	6	10
9	Сотрудничество туроператоров и экскурсионных компаний	1	2			6	9
10	Взаимодействие туроператоров с принимающими компаниями	2	2			6	10
11	Страхование российских туристов, выезжающих за рубеж	1	2			6	9
12	Паспортно-визовые формальности	1	2			6	9
13	Основные формы продажи турпродукта	1	2		2	6	9
14	Использование информационных технологий для организации туров и для продвижения турпродукта	1	2		2	6	9
15	Реклама турпродукта: цели и основные	1	2		2	6	9



	принципы						
16	Нерекламные методы продвижения тур-продукта. Использование маркетинговых стратегий	1	2			6	9
17	Каталог туроператора. Цели, задачи, организация участия в выставках	1	2			5	8
18	Организация обслуживания туристов	1	2			5	8
19	Партнерское взаимодействие в туристической индустрии	1	2			5	8
20	Документооборот в турфирме	1	2	1		5	8
Подготовка к экзамену							36
Общая трудоемкость (час)		24	40	4	12	152	252

#### Для заочной формы обучения

	Наименование темы	лекции	практические	Из них:		СРС	Всего часов
				КР	интерактивные занятия		
1	Международный туристский рынок	1				10	11
2	Основы туристской деятельности в Российской Федерации	1				10	11
3	Классификация видов туризма	1				10	11
4	Факторы, влияющие на деятельность и развитие туризма	1				10	11
5	Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта. Роль туроператорских компаний в создании туристского продукта	1				10	11
6	Создание привлекательного туристского продукта. Проектирование тура		2			15	17
7	Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения		2			15	17
8	Сотрудничество туроператоров и перевозчиков		2			15	17
9	Сотрудничество туроператоров и экскурсионных компаний	1				10	11
10	Взаимодействие туроператоров с принимающими компаниями		2			15	17
11	Страхование российских туристов, выезжающих за рубеж		1			10	11
12	Паспортно-визовые формальности		1			10	11
13	Основные формы продажи турпродукта	1				10	11
14	Использование информационных технологий для организации туров и для продвижения турпродукта		1			10	11
15	Реклама турпродукта: цели и основные принципы		1			10	11



16	Нерекламные методы продвижения турпродукта. Использование маркетинговых стратегий		1			10	11
17	Каталог туроператора. Цели, задачи, организация участия в выставках		1			10	11
18	Организация обслуживания туристов		1			10	11
19	Партнерское взаимодействие в туриндустрии		1			10	11
20	Документооборот в турфирме	1				10	11
Подготовка к экзамену							8
ИТОГО		8	16	-	-	220	252

## 6. Интерактивные занятия

### Технологии и формы проведения интерактивных занятий

Методически изучение дисциплины «Туроперейтинг» основывается на сочетании аудиторной и внеаудиторной работы студентов, закреплении полученных знаний и практических навыков на семинарских и практических занятиях и контроля уровня освоения дисциплины. В соответствии с ФГОС более 20% аудиторных занятий проводится в интерактивной форме, обеспечивая реализацию компетентного подхода в подготовке специалистов туристской отрасли.

Тема интерактивного занятия	Объем (час)/очно	Объем (час)/очно-заочно	Форма проведения	Используемые методики, педагогические технологии
Организация работы туроператорской компании	10	6	Деловая игра	Работа в малых группах, мозговой штурм.
Туры и цены	10	6	Деловая игра, дебаты.	Работа в малых группах, устная презентация, технология дебатов.

### Сценарий интерактивного занятия

Интерактивное занятие предполагается организовать в форме деловой игры.

Цели и задачи деловой игры. Деловая игра – продуктивный способ выдвижения новых идей и довольно сложная проблема, не поддающаяся решению традиционными способами. В начале XXI века основой реализации деловой игры стал разработанный в 30-х годах XX века метод «мозгового штурма».

Формируемые навыки: развивает мыслительные процессы, способности абстрагироваться от объективных условий и существующих ограничений, умения сосредоточиться на какой-либо узкой актуальной цели и др.

Формируемые компетенции:

- 1) ОПК-3, – способность организовать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов;
- 2) ПК-5, – способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение;
- 3) ПК-10, – готовность к разработке туристского продукта на основе современных технологий.



Способ проведения. Деление студентов на отдельные группы по 3 – 5 человек. Разработка названия группы, выбор лидера, распределение обязанностей для эффективного решения поставленных задач.

Порядок проведения деловой игры. Интерактивные занятия по дисциплине предполагают проверку уровня освоения материала и приобретение необходимых практических навыков.

#### Деловая игра 1 «Организация работы туроператорской компании»

Форма проведения: практическое занятие проходит в форме ролевой игры.

Краткое содержание (цель) занятия: студенты должны получить представление о технологических этапах организации туроперейтинга.

План занятия

1. Студенты в группах распределяют обязанности директора, менеджеров по бронированию, продажам, маркетингу.
2. В рамках должностных обязанностей и коллегиально студенты решают следующие задачи:
  - выбор названия фирмы;
  - определение концепции будущей туроператорской компании;
  - выбор направлений для туроперейтинга (не более 3-х);
  - исследование спроса и анализ конкурентной среды в выбранных сегментах туристского рынка;
  - разработка перспективных программ по выбранным направлениям;
  - выбор партнеров (поставщиков услуг) для разработанных программ;
  - расчет стоимости программ на основе ценовых предложений выбранных поставщиков;
  - определение каналов и методов продвижения разработанных программ;
  - определение периодов рекламных компаний, видов рекламы, разработка рекламных обращений;
  - контакт с потенциальным клиентом (в роли клиентов выступают студенты из «конкурирующих» групп);
  - определение и обоснование затрат на организацию туроператорской компании в рамках выбранной концепции.

Заключительный этап: подведение итогов конкурса.

Результаты работы студентов в группах оцениваются в процессе дискуссии (дебатов). Преподаватель дает свою оценку каждой команде по каждому этапу деловой игры, определяет итоговый рейтинг конкурирующих групп и студентов в группах.

#### Деловая игра 2 «Туры и цены»

Форма проведения: деловая игра, групповая дискуссия.

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

План занятия:

Преподаватель выступает в роли заказчика. Студенты в командах выступают в роли туроператоров. Заказчик определяет параметры тура (маршрут, сроки поездки, количество туристов, набор и качество услуг по маршруту). Студенты подбирают варианты программ (готовых или из отдельных услуг). Каждая группа разрабатывает и проводит презентацию предлагаемого тура. Преподаватель проводит критический анализ предлагаемых программ. Студенты из «конкурирующих» команд принимают участие в критическом обсуждении проводимых презентаций.

Заключительный этап: подведение итогов конкурса.



Результаты работы студентов в командах оцениваются в процессе дискуссии (дебатов). Преподаватель дает свою оценку каждой команде по каждому этапу деловой игры, определяет итоговый рейтинг конкурирующих групп и студентов в группах.

### **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся в процессе освоения дисциплины «Туроперейтинг» содержит перечисленные ниже материалы.

1. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению теоретического материала (п.11.1.)
2. Материалы для подготовки обучающихся к семинарским занятиям (п.11.2.)
3. Методические указания для выполнения контрольных работ (п.11.3.)
4. Методические указания по подготовке докладов, рефератов, презентаций (п. 11.4.)
5. Методические указания по подготовке к текущим контрольным срезам, тестированию (п.11.5.)

### **8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

#### **8.1. Паспорт фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся**

Целью создания фонда оценочных средств (ФОС) является оценка персональных достижений обучающихся на соответствие их знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности поэтапным требованиям образовательной программы.

Задачи ФОС:

- контроль и управление процессом приобретения обучающимися необходимых знаний, умений, навыков;
- оценка достижений обучающихся в процессе изучения дисциплины с выделением положительных (или отрицательных) результатов;
- обеспечение соответствия результатов обучения задачам будущей профессиональной деятельности через совершенствование традиционных и внедрение инновационных методов обучения в образовательный процесс.

Принятые в институте уровни оценки:

- пороговый уровень (как обязательный для всех обучающихся по завершении освоения образовательной программы);
- продвинутый уровень (превышение минимальных характеристик сформированности знаний, умений и навыков для выпускника);
- высокий уровень (максимально возможная выраженность знаний, умений и навыков, ориентир для самосовершенствования).

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, входящий в состав рабочей программы дисциплины, включает в себя:

- перечень знаний, умений и навыков с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания знаний, умений и навыков на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;



– методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования знаний, умений и навыков;

– типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования знаний, умений и навыков в процессе освоения образовательной программы.

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

Компетенции	Знания, умения, навыки	Средства оценки
ОПК-3	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– нормативно-правовые документы, регулирующие деятельность туристских фирм, их практическое применение;</li> <li>– последовательность действий при организации туроператорской деятельности;</li> <li>– формы и каналы сбыта турпродукта;</li> <li>– функции менеджера и требования к организации работы персонала;</li> <li>– технологию работы с индивидуальным туристом и турагентом;</li> <li>– порядок оформления договоров и заключения контрактов по реализации туров;</li> <li>– правила оформления туристской документации (путевок, ваучеров, билетов, страховых полисов и др.);</li> <li>– принципы и правила работы с претензиями клиентов.</li> </ul>	<p>Этап 1. Формирование базы знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– контроль посещаемости аудиторных занятий;</li> <li>– проверка ведения конспектов;</li> <li>– работа на семинарских и практических занятиях;</li> <li>– мониторинг самостоятельной работы студентов.</li> </ul>
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– осуществлять взаимодействие между ТО и ТА на уровне менеджера по продажам туроператорской компании;</li> <li>– организовать процесс взаимодействия с транспортными предприятиями, гостиницами, турагентствами;</li> <li>– своевременно и точно провести бронирование;</li> <li>– оформить договор с клиентом, турагентом;</li> <li>– организовать процесс обслуживания клиентов туроператора в офисе и на маршруте.</li> </ul>	<p>Этап 2. Проверка сформированности навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выбора вида и типа конкретных партнеров для решения профессиональных задач на всех этапах туроператорской деятельности;</li> <li>– организации мониторинга процесса обслуживания клиентов туроператора в офисе и на маршруте;</li> <li>– оформления туристской документации.</li> </ul>
	<p>Владеть:</p>	<p>Этап 3. Проверка усвоения материала:</p>





	<ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками правильного заполнения туристских документов;</li> <li>– опытом ведения баз данных предоставляемых услуг, постоянных клиентов, поставщиков услуг.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– оценка выполнения контрольных срезов;</li> <li>– оценка уровня освоенности дисциплины в ходе интерактивных занятий;</li> <li>– оценивание сообщений, докладов, рефератов;</li> <li>– контроль соответствия содержания, практических выводов и предложений контрольной работы требованиям изучаемой дисциплины (для студентов заочной формы обучения);</li> </ul> <p>промежуточный контроль по дисциплине.</p>
ПК-10	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– тенденции развития международного и внутреннего туризма;</li> <li>– основные нормативные документы, регулирующие взаимоотношения с партнерами, занятыми в приеме и обслуживании туристов по программе тура;</li> <li>– технологические процессы формирования, продвижения и реализации турпродукта;</li> <li>– схемы работы с предприятиями размещения, компаниями-перевозчиками, иными организациями при создании турпродукта;</li> <li>– правила бронирования билетов и услуг.</li> </ul>	<p><b>Этап 1. Формирование базы знаний:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– работа на практических занятиях;</li> <li>– проверка выполнения контрольных заданий;</li> <li>– проверка ведения конспектов;</li> </ul> <p>мониторинг самостоятельной работы студентов.</p>
	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определить перспективные направления деятельности туроператора;</li> <li>– применять различные источники информации на разных этапах формирования, продвижения и реализации туристского продукта;</li> <li>– проводить исследование туристского рынка;</li> <li>– выбрать партнеров по программе тура и определить форму сотрудничества;</li> <li>– заключать договоры с поставщиками услуг и турагентами на взаимовыгодных условиях.</li> </ul>	<p><b>Этап 2. Проверка сформированности навыков:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использования сравнительного анализа для обоснования выбора партнеров по программе тура;</li> <li>– применения нормативно-правовой базы туристской деятельности в туризме при взаимодействии с партнерами по туристской деятельности.</li> </ul>
	<p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методами обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи, компьютеров;</li> </ul>	<p><b>Этап 3. Проверка усвоения материала:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– оценка выполнения контрольных срезов;</li> <li>– оценка уровня освоенности дисциплины в ходе интерактивных занятий;</li> <li>– оценивание сообщений, докладов, рефе-</li> </ul>



	<p>– опытом использования компьютерных средств автоматизации на всех этапах туроператорской деятельности.</p>	<p>ратов;          – контроль соответствия содержания, практических выводов и предложений контрольной работы требованиям изучаемой дисциплины (для студентов заочной формы обучения);          промежуточный контроль по дисциплине.</p>
--	---	--

### 8.3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

<i>Описание показателей</i>	
Этап 1: Формирование базы знаний	<ul style="list-style-type: none"> <li>– посещение аудиторных занятий</li> <li>– ведение конспекта лекций</li> <li>– проверка выполнения самостоятельной работы студента</li> </ul>
Этап 2: Формирование навыков практического использования знаний	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнение контрольных срезов</li> <li>– выступления на семинарских и практических занятиях дисциплины</li> <li>– выполнение письменной контрольной работы в соответствии с требованиями к содержанию, практическим выводам (полученным результатам) и оформлению (для заочной формы обучения)</li> </ul>
Этап 3: Проверка усвоения материала	<ul style="list-style-type: none"> <li>– результаты выполнения тестов, практических и контрольных работ</li> <li>– результаты промежуточной аттестации</li> <li>– результаты выполнения контрольной работы (для заочной формы обучения)</li> <li>– итоги сдачи экзамена по дисциплине</li> </ul>
<i>Критерии оценивания знаний, умений и навыков на различных этапах их формирования</i>	
Этап 1: Формирование базы знаний	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знание основных понятий, сущности и специфических особенностей дисциплины (не ниже оценки «удовлетворительно»)</li> <li>– посещение лекционных занятий (не мене 80%)</li> <li>– наличие конспекта лекций по темам лекционного курса (не менее 60%)</li> <li>– освоенность тем для самостоятельного изучения (не ниже оценки «удовлетворительно»)</li> </ul>
Этап 2: Формирование навыков практического использования знаний	<ul style="list-style-type: none"> <li>– умение выбирать рациональные и перспективные формы и методы взаимодействия с партнерами на всех этапах туроператорской деятельности (не ниже оценки «удовлетворительно»)</li> <li>– обоснованность выводов и практических предложений на основе изучения спроса и предложения на туристском рынке (не ниже оценки «удовлетворительно»)</li> <li>– практический подход и обоснованность выбора партнеров по программе тура (не ниже оценки «удовлетворительно»)</li> <li>– умение обосновать привлекательность и конкурентоспособность созданного турпродукта (не ниже оценки «удовлетворительно»)</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>– владение навыками формирования турпродукта и расчета его себестоимости (не ниже оценки «удовлетворительно»)</li> <li>– владение навыками сбора и анализа информации в исследуемом направлении (не ниже оценки «удовлетворительно»)</li> </ul>
Этап 3: Проверка усвоения материала	<ul style="list-style-type: none"> <li>– своевременное предоставление контрольной работы на проверку</li> <li>– соответствие выполненной контрольной работы необходимым требованиям по содержанию, практическим выводам и оформлению</li> <li>– уверенные и правильные ответы на экзамене</li> </ul>
<i>Описание шкал оценивания</i>	
Оценивание результатов устных опросов на экзамене (для студентов всех форм обучения)	<p>Ответ студента на экзамене оценивается:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– «отлично», если ответы на вопросы билета полные, изложены в логической последовательности, студент владеет профессиональной терминологией, ориентируется в нормативных документах;</li> <li>– «хорошо», если допущена одна негрубая ошибка или не более двух недочетов;</li> <li>– «удовлетворительно», если в ответах на вопросы билета имеется одна грубая ошибка и не более одной негрубой ошибки или грубые ошибки отсутствуют, но допущено две или более негрубых ошибок;</li> <li>– «неудовлетворительно» выставляется в случае, когда количество неправильных ответов превышает количество допустимых для положительной оценки.</li> </ul>
Оценивание докладов, рефератов (для студентов очной и очно-заочной форм обучения) и письменных контрольных работ (для студентов ЗО)	<p>1. Оценка освоенности теоретического материала (знания и понимания)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определение рассматриваемых понятий и явлений выполнено четко, полно и доказательно (обоснованно сделаны ссылки и приведены примеры);</li> <li>– используемые понятия и определения соответствуют теме;</li> <li>– оригинальность текста (самостоятельность выполнения).</li> </ul> <p>Если из указанных критериев большинство оценивается положительно, показатель 1 также оценивается положительно.</p>
	<p>2. Проверка содержательности и достоверности проведенного анализа</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– в работе грамотно использованы категории анализа;</li> <li>– умело используются приемы сравнения и обобщения для анализа взаимосвязи понятий и явлений;</li> <li>– приведены и проанализированы альтернативные взгляды на рассматриваемую проблему, которые определили позицию автора, выраженную в сбалансированном заключении;</li> <li>– используется большое количество различных источников информации;</li> <li>– сформулирована личная оценка про-</li> </ul>



		<p>блемы.</p> <p>Если из указанных критериев большинство оценивается положительно, показатель 2 также оценивается положительно.</p>
	3. Проверка обоснованности суждений и выводов	<ul style="list-style-type: none"><li>– выдвинутые тезисы сопровождаются обоснованной аргументацией;</li><li>– приводятся различные точки зрения и их личная оценка;</li><li>– общая форма изложения полученных результатов и их интерпретации соответствует жанру проблемной научной статьи.</li></ul> <p>Если из указанных критериев большинство оценивается положительно, показатель 3 также оценивается положительно.</p>
	4. Оценка качества цифрового материала	<ul style="list-style-type: none"><li>– источниками цифровой информации (статистической) информации являются официальные сайты государственных, региональных и отраслевых органов власти, учебная и учебно-методическая литература, отраслевая периодика;</li><li>– используемые в контрольной работе цифровые данные актуальны (не ранее 2010 года);</li><li>– соответствие массивов цифровой информации предмету контрольной работы и методам аналитической обработки данных.</li></ul> <p>Если из указанных критериев большинство оценивается положительно, показатель 4 также оценивается положительно.</p>
	5. Оценка качества оформления работы	<ul style="list-style-type: none"><li>– работа соответствует основным требованиям к оформлению и использованию цитат;</li><li>– соблюдены лексические, фразеологические, грамматические и стилистические нормы русского литературного языка;</li><li>– в оформлении текста полностью соблюдены правила орфографии и пунктуации русского языка.</li></ul> <p>Если из указанных критериев большинство оценивается положительно, показатель 5 также оценивается положительно.</p>



Итоговая оценка работы			
<ul style="list-style-type: none"> <li>– «отлично» выставляется студенту, если положительно оценены все 5 показателей оценки контрольной работы</li> <li>– «хорошо», – если по 4-м показателям работа оценена положительно</li> <li>– «удовлетворительно», – если по 3-м показателям работа оценена положительно</li> <li>– «неудовлетворительно», – если по 3-м показателям работа оценена отрицательно</li> </ul>			
Итоговая оценка освоения дисциплины (для студентов ЗО)			
<p>Определяется с учетом оценки, выставленной за выполнение контрольной работы и результатов сдачи экзамена:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– если оценка за выполнение контрольной работы «неудовлетворительно», студент не допускается к сдаче экзамена, работа возвращается студенту для исправления ошибок и учета замечаний;</li> <li>– если оценка за выполнение контрольной работы положительная, итоговая оценка освоения дисциплины определяется с учетом оценки, выставленной за выполнение контрольной работы и результатов сдачи экзамена в соответствии с приведенной ниже таблицей.</li> </ul>			
Контрольная работа Экзамен	отлично	хорошо	удовлетворительно
отлично	отлично	хорошо/отлично	хорошо
хорошо	хорошо/отлично	хорошо	удовлетворительно/ хорошо
удовлетворительно	хорошо	удовлетворительно/ хорошо	удовлетворительно

**8.4. Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Этап формирования знаний, умений, навыков	Контрольные материалы/задания	Пункт рабочей программы
<b>Этап 1</b> Формирование базы знаний	Вопросы для самоконтроля	8.4.1.
	Вопросы для подготовки к экзамену	8.4.3.
<b>Этап 2</b> Формирование навыков практического использования знаний	Тематика контрольных работ (для заочной формы обучения)	8.4.5.



	Задания для текущего контроля	8.4.2.
<b>Этап 3</b> Проверка усвоения материала	Тест по дисциплине	8.4.6.
	Комплект билетов для проведения экзамена	8.4.4.

#### **8.4.1. Перечень вопросов для самоконтроля**

1. Назовите возможные каналы сбыта турпродукта турфирмой
2. Как Вы определите эффективность сбытовой сети?
3. Какие средства используют туристские фирмы для стимулирования сбыта услуг?
4. Определите основные технологические положения «Порядка предоставления турфирмой туристских услуг».
5. Назовите основные методы работы с персоналом
6. Что такое проектирование тура?
7. Как называются организации и предприятия, участвующие в обслуживании туристов на маршруте тура?
8. Какова мера ответственности туроператора за обслуживание туристов на маршруте тура?
9. Что такое туристская виза?
10. Каким образом оформляется туристская виза для выезда российских граждан за рубеж?
11. Что представляет собой «Зеленая карта» автомобилиста?
12. На каких условиях турист может застраховаться от невозможности совершить поездку?
13. Как выглядит договорная схема работы турагента при реализации туров?
14. Необходимые требования и условия к содержанию договора с туристом.
15. Какие документы применяются при наличных расчетах с туристом?
16. Правила применения и содержание БСО «Туристская путевка».
17. Что такое ваучер?
18. Какие договоры заключают турфирмы с авиакомпанией?
19. Назовите классы обслуживания на авиационном транспорте.
20. Какие типы загранпаспортов действуют в РФ для российских граждан?
21. Что такое туристская виза и каков порядок ее получения?
22. Назовите виды страхования, используемые в туризме.
23. Какие факторы могут влиять на сроки подачи заявки, устанавливаемые турфирмами?
24. Какой документ является основным правовым документом, определяющим взаимоотношения турфирмы и клиента?
25. Назовите основные условия Договора на туристское обслуживание.
26. Какие виды и сроки аннуляций тура существуют и как они влияют на размеры штрафных санкций?
27. Назовите документы, являющиеся неотъемлемой частью Договора с клиентом и дайте их определение.
28. Какова мера ответственности туроператора за обслуживание туристов на маршруте тура?

#### **8.4.2. Контрольные срезы**

Задания для текущего контроля (срез №1)  
Вариант 1



Задание 1. Охарактеризовать в письменном виде цели и функции деятельности Федерального агентства по туризму

Задание 2. Охарактеризовать в письменном виде современное состояние туристского рынка в Российской Федерации

Задание 3. Письменно раскрыть значение туроператорских компаний в туристической индустрии  
Вариант 2

Задание 1. Письменно перечислить и охарактеризовать этапы туроператорской деятельности

Задание 2. Охарактеризовать виды и формы туризма в Российской Федерации

Задание 3. Охарактеризовать в письменном виде понятие и специфические свойства туристской услуги

#### Задания для промежуточного контроля (срез №2)

##### Вариант 1

Задание 1. Охарактеризовать в письменном виде сущность и специфические особенности турпродукта.

Задание 2. Охарактеризовать в письменном виде функции и особенности деятельности инициативного туроператора

Задание 3. Письменно раскрыть специфические особенности партнерских взаимоотношений в туроперейтинге

##### Вариант 2

Задание 1. Письменно раскрыть специфические особенности туристского рынка на внутреннем, въездном, выездном направлениях

Задание 2. Охарактеризовать в письменном виде функции и особенности деятельности рецептивного туроператора

Задание 3. Охарактеризовать в письменном виде основные факторы, влияющие на туроператорскую деятельность

Методические указания по подготовке к текущему контролю представлены в п. 11.5.

#### **8.4.3. Перечень вопросов для подготовки к экзамену**

1. Цели и критерии классификации видов и категорий туризма
2. Функции туроператора
3. Факторы внешней среды, влияющие на деятельность и развитие туристической индустрии
4. Финансовые гарантии туроператора
5. Групповой туризм: особенности, достоинства и недостатки
6. Классификация туроператоров по различным критериям
7. Основные потребительские свойства туристского продукта
8. Профиль работы туроператора
9. Цели и критерии классификации видов туризма
10. Формы и особенности работы выездного туроператора
11. Выставочная деятельность в туризме
12. Особенности работы туроператора на въездном и внутреннем направлениях
13. Каталог туроператора: назначение и основные требования
14. Цели и принципы сегментирования туристского рынка
15. Туристская путевка и туристский ваучер: условия применения
16. Классы обслуживания в туризме
17. Инициативные и рецептивные туроператоры



18. Дифференциация предложений туроператоров на туристском рынке
19. Основные субъекты туристского рынка
20. Преимущества и недостатки инклюзив-туров
21. Основные и дополнительные услуги в составе тура
22. Идентификация поставщиков услуг
23. Проектирование тура как технологический этап работы туроператора
24. Сотрудничество туроператора и иностранных meet-компаний
25. Формы сотрудничества туроператоров и авиаперевозчиков
26. Использование Интернета в индустрии туризма
27. Переговоры с поставщиками услуг
28. Принципы и правила заключения договоров с поставщиками услуг
29. Стратегии продвижения туристского продукта
30. Особенности страхования туристов. Виды страховых программ
31. Формы сотрудничества туроператора и предприятий размещения
32. Визовая поддержка российских туристов
33. Принципы и правила заключения договоров между туроператорами
34. Индустрия туризма: современное состояние и перспективы развития
35. Виды документооборота в турфирме
36. Рынок туристских услуг: отличия от рынка товаров
37. Турагенты и туроператоры – основные функции и специфика деятельности
38. Взаимодействие туроператора и железнодорожных перевозчиков
39. Взаимодействие туроператора и партнёров по сбыту
40. Взаимоотношения туроператоров и автотранспортных предприятий
41. Взаимоотношения туроператоров и судовладельцев.
42. Взаимоотношения туроператоров и экскурсионных компаний
43. Разновидности схемы продвижения туристского продукта
44. Обеспечение визовой поддержки иностранных туристов
45. Схемы работы инициативного туроператора
46. Разновидности и методы формирования сбытовой сети туроператора
47. Разновидности и методы рекламы туристского продукта
48. PR-акции как метод продвижения туристского продукта
49. Туристский продукт: определение, содержание, свойства
50. Конфликты в туристской деятельности. Работа с претензиями

#### **8.4.4. Комплект билетов для проведения экзамена**

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича	БИЛЕТ №1 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ «    »            201   г.
---	--	--

1. Факторы внешней среды, влияющие на осуществление туристской деятельности
2. Конфликты в туроператорской деятельности. Работа с претензиями

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров





ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №2 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	--	--

1. Внутренние факторы туроператорской деятельности
2. Контроль качества предоставляемых услуг. Ответственность туроператора по предоставлению услуг, входящих в туристский продукт

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №3 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	--	--

1. Индустрия туризма: современное состояние и перспективы развития
2. Выставочная деятельность туроператорских компаний

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №4 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	--	--

1. Основные субъекты туристского рынка
2. Каталог туроператора: назначение, содержание и основные требования

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №5 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	--	--

1. Туристский продукт: определение, содержание. Основные потребительские свойства туристского продукта
2. Разновидности и методы рекламы турпродукта. PR-акции, как метод продвижения турпродукта

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров



ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №6 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	--	--

3. Основные и дополнительные услуги в составе тура
4. Стратегии продвижения турпродукта

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №7 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	--	--

1. Классы обслуживания в туризме
2. Сбытовая сеть туроператора. Разновидности и методы формирования

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №8 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	--	--

1. Функции туроператора
2. Взаимодействие туроператора и партнёров по сбыту

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №9 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	--	--

1. Профиль работы туроператора
2. Турагенты и туроператоры: основные функции и специфика деятельности

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров



ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №10 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Виды туроператоров. Инициативный и рецептивный туроперейтинг. Схемы работы инициативного туроператора
2. Туристская путевка. Туристский ваучер. Условия применения

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №11 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Особенности работы туроператора на въездном и внутреннем направлениях
2. Виды документооборота в туроператорской компании

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №12 к ЭКЗАМЕНУ по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Условия осуществления туроператорской деятельности в Российской Федерации. Финансовые гарантии туроператора
2. Обеспечение визовой поддержки иностранных туристов

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №13 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Условия формирования, продвижения и реализации туристского продукта
2. Визовая поддержка российских туристов

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров



ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №14 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Групповой туризм. Особенности, достоинства и недостатки
2. Особенности страхования туристов. Виды страховых программ

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №15 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Преимущества и недостатки инклюзив-туров
2. Взаимоотношения туроператора и экскурсионных компаний

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №16 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Цели и критерии классификации видов туризма
2. Взаимоотношения туроператора и судовладельцев

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №17 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Цели и методы определения потребностей целевой аудитории
2. Взаимоотношения туроператора и автотранспортных предприятий

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров



ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №18 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Этапы цикла работы туроператора
2. Взаимодействие туроператора и железных дорог

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №19 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Проектирование тура как технологический этап работы туроператора
2. Формы сотрудничества туроператора и авиаперевозчика

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №20 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Планирование тура. Идентификация поставщиков услуг
2. Формы сотрудничества туроператора и предприятий размещения

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров

ГАОУ ВО г. Москвы «Московский государственный институт индустрии туризма имени Ю. А. Сенкевича»	БИЛЕТ №21 к экзамену по дисциплине «Туроперейтинг»	«УТВЕРЖДАЮ» Зав. кафедрой туризма _____/Г.Н. Кутепова/ « » 201 г.
--	---	--

1. Переговоры с поставщиками услуг. Принципы и правила заключения договоров с поставщиками услуг
2. Сотрудничество туроператора и принимающих компаний

Ст. преподаватель

И. Б. Макаров



#### 8.4.5. Тематика контрольных работ (для заочной формы обучения)

1. Сотрудничество туроператорских и турагентских компаний
2. Структура и задачи индустрии туризма
3. Взаимодействие туроператоров и авиакомпаний
4. Формы работы туроператоров с иностранными партнерами
5. Взаимодействие туроператора и предприятий гостиничной индустрии
6. Организация автотранспортного обслуживания в туризме
7. Организация водных путешествий
8. Железнодорожные перевозки в туризме
9. Паспортно-визовые формальности при организации путешествий туристов
10. Технология формирования стоимости тура
11. Использование экскурсионных услуг при организации путешествий туристов
12. Организация обслуживания туристов во время путешествия
13. Организация обслуживания туристов в турфирме
14. Факторы, влияющие на деятельность и развитие туризма
15. Нерекламные методы продвижения турпродукта
16. Реклама турпродукта: цели и основные принципы
17. Документооборот в турфирме
18. Основные направления использования Интернета в туристской деятельности
19. Существующие системы Интернет-бронирования
20. Туроператоры как субъекты туристского рынка
21. Турагенты как субъекты туристского рынка
22. Формы сотрудничества туроператоров и принимающих компаний
23. Чартерные авиаперевозки в составе тура. Разновидности чартерных программ
24. Варианты страховых программ для туристов
25. Качество обслуживания в туроператорской деятельности

Структура, план контрольной работы и методические указания по выполнению представлены в п. 11.3.

#### 8.4.6. Тестовые задания по дисциплине

##### Тест №1 по дисциплине «Туроперейтинг»

№	Вопрос	Вариант ответа
1.	Туроператорская деятельность это:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) деятельность по формированию туристского продукта</li><li>b) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта</li><li>c) деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта</li><li>d) деятельность по реализации туристского продукта</li></ul>
2.	Туроператорская деятельность может осуществляться:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) должностным лицом</li><li>b) физическим лицом</li><li>c) юридическим лицом</li><li>d) индивидуальным предпринимателем</li></ul>



№	Вопрос	Вариант ответа
3.	Какие цели путешествий не относятся к определению понятия «туризм»?	a) профессионально-деловые b) лечебно-оздоровительные c) сезонные заработки d) посещение родственников e) паломничество
4.	Туристом является человек:	a) ушедший в воскресный день в лес для сбора грибов и вернувшийся домой к ужину b) уехавший в другой город в командировку на один месяц c) обучающийся в университете в Великобритании в течение трех лет d) участвующий в однодневном автобусном туре с посещением Свято-Троицкой Сергиевой Лавры
5.	Формирование туристского продукта это:	a) разработка туристского маршрута туроператором b) определение перечня услуг, входящих в туристский продукт c) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с поставщиками услуг, входящих в туристский продукт
6.	Для осуществления туроператорской деятельности необходимо:	a) финансовое обеспечение b) лицензия c) сертификация
7.	Ведение Единого федерального реестра туроператоров осуществляет:	a) Ассоциация Туроператоров России b) Федеральное агентство по туризму c) Российский союз туриндустрии
8.	Размер финансового обеспечения туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма не может быть менее:	a) 10 тысяч рублей b) 100 тысяч рублей c) 500 тысяч рублей d) 10 миллионов рублей e) 30 миллионов рублей
9.	Размер финансового обеспечения туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере въездного туризма не может быть менее:	a) 10 тысяч рублей b) 100 тысяч рублей c) 500 тысяч рублей d) 10 миллионов рублей e) 30 миллионов рублей
10.	Размер финансового обеспечения туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере выездного туризма не может быть менее:	a) 10 тысяч рублей b) 100 тысяч рублей c) 500 тысяч рублей d) 10 миллионов рублей e) 30 миллионов рублей



№	Вопрос	Вариант ответа
11.	Срок действия финансового обеспечения туроператора не может быть менее:	a) одного месяца b) шести месяцев c) одного года d) трех лет
12.	Каков типичный размер комиссионного вознаграждения, которое турагент получает от туроператора за реализованный туристский продукт?	a) 3% b) 5% c) 10% d) 18%
13.	Кто несет ответственность перед туристом за некачественное предоставление услуги размещения:	a) турфирма b) гостиница c) гид принимающей компании
14.	В течение какого срока со дня окончания договора с турфирмой турист имеет право потребовать удовлетворения претензий?	a) 5 дней b) 10 дней c) 14 дней d) 20 дней e) 30 дней
15.	В течение какого срока со дня получения претензий от туриста турфирма обязана рассмотреть их и сообщить туристу о принятом решении?	a) 5 дней b) 10 дней c) 14 дней d) 20 дней e) 30 дней
16.	При сотрудничестве турагентств и туроператоров используются договор:	a) агентский договор b) договор купли-продажи c) договор о реализации туристского продукта d) договор поручения e) договор подряда f) договор займа
17.	Наиболее эффективными средствами рекламы туркомпании являются:	a) печатные СМИ b) радио c) телевидение d) Интернет
18.	Наиболее распространенной схемой оплаты труда менеджера туроператорской компании:	a) Оклад b) оклад + процент от продаж c) оклад + премия при выполнении плана продаж
19.	Наиболее распространенный график работы туроператорской компании:	a) понедельник-пятница с 09:00 до 18:00 b) понедельник-пятница с 10:00 до 20:00, суббота – дежурный режим c) понедельник-воскресенье с 10:00 до 22:00





№	Вопрос	Вариант ответа
20.	Какой паспорт может быть использован для получения туристской визы?	а) дипломатический паспорт б) общегражданский внутренний паспорт в) общегражданский заграничный паспорт г) паспорт моряка д) служебный паспорт

**Ключ к тесту №1 по дисциплине «Туроперейтинг»**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
с	с	с	в	с	а	в	с	с	е	с	с	а	д	в	а	д	а	в	с

**Лист для ответа студентом на тест**

Листок студента \_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_

Фамилия, имя \_\_\_\_\_.

Дата сдачи теста \_\_\_\_\_.

1.	2.	3.	4.
5.	6.	7.	8.
9.	10.	11.	12.
13.	14.	15.	16.
17.	18.	19.	20.

**Тест №2 по дисциплине «Туроперейтинг»**

1.	Какие факторы способствовали становлению массового туризма?	а) рост доходов населения б) развитие транспорта в) развитие сельского хозяйства в местах посещения г) глобальное потепление д) урбанизация
2.	С какими объектами профессиональной туристской деятельности имеет дело менеджер турфирмы в повседневной работе?	а) предприятия туристской индустрии б) информационные системы в) туристское снаряжение г) сувенирная продукция
3.	Что отличает мигранта от туриста?	а) цель путешествия б) длительность нахождения в стране временного пребывания в) получение дохода в стране временного пребывания г) категория средств размещения
4.	К индустрии туризма относятся:	а) рестораны б) транспортные компании в) страховые компании г) рекламные агентства д) экскурсионные бюро



5.	Какие факторы влияют на туристскую деятельность?	a) сезонность b) состояние экономики c) состояние промышленности d) культурный потенциал
6.	К туристским ресурсам относятся объекты:	a) природные b) социально-культурные c) административные d) исторические
7.	Какие основные положения декларируются в международных документах, регулирующих туристскую деятельность?	a) обеспечение права на отдых b) участие государства в развитии туризма c) охрана окружающей среды d) приоритетное развитие выездного туризма
8.	К участию государства в регулировании туристской деятельности относится:	a) создание законодательной базы туризма b) налогообложение в сфере туризма c) формирование туристского продукта d) содействие в продвижении туристского продукта
9.	Туристская деятельность это:	a) коммерческая деятельность b) турагентская деятельность c) общественная деятельность d) туроператорская деятельность
10.	Социальный туризм осуществляется за счет:	a) бюджетных средств b) средств государственных внебюджетных фондов c) собственных средств туристов d) средств работодателей туристов
11.	Какие услуги обязательно входят в туристский продукт?	a) перевозка b) размещение c) питание d) экскурсионные e) страхование
12.	Реализация туристского продукта это:	a) деятельность туроператора по оказанию туристу услуг в соответствии с договором о реализации туристского продукта b) деятельность турагента по информированию туриста о потребительских свойствах туристского продукта c) деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом



13.	Продвижение туристского продукта это:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта</li><li>b) реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов</li><li>c) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с партнерами</li><li>d) деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта</li></ul>
14.	Во время путешествия турист имеет право на:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) свободу передвижения</li><li>b) безопасность</li><li>c) содействие органов власти</li><li>d) беспрепятственный доступ к средствам связи</li><li>e) бесплатное медицинское обслуживание</li></ul>
15.	Во время путешествия турист обязан:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) соблюдать законодательство страны пребывания</li><li>b) сохранять окружающую среду</li><li>c) соблюдать правила личной безопасности</li><li>d) соблюдать правила личной гигиены</li></ul>
16.	В каких случаях турист имеет право требовать от турфирмы выплату неустойки?	<ul style="list-style-type: none"><li>a) при отказе туриста от путешествия</li><li>b) срок начала путешествия был перенесен на другую дату из-за отмены авиарейса</li><li>c) качество и перечень услуг не соответствуют заявленным в договоре</li></ul>
17.	По степени зависимости от туристического оператора, агентства можно разделить на:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) независимые</li><li>b) рекламные</li><li>c) ритейловые</li><li>d) риэлторские</li><li>e) уполномоченные</li><li>f) частично зависимые</li></ul>
18.	Основными элементами фирменного стиля туркомпании являются:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) логотип</li><li>b) слоган</li><li>c) фирменный цвет</li><li>d) фирменный шрифт</li><li>e) фирменный пакет</li></ul>
19.	Основными носителями фирменного стиля туркомпании являются:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) бланк</li><li>b) буклет</li><li>c) визитка</li><li>d) вывеска</li><li>e) компьютер</li><li>f) сайт</li></ul>



20.	Основными носителями наружной рекламы туркомпании являются:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Вывеска</li> <li>b) указатель</li> <li>c) табличка на двери офиса</li> <li>d) дорожный знак</li> </ul>
21.	Какие виды страховых программ применяются в туристской деятельности?	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) страхование коммерческих рисков туристов</li> <li>b) страхование личного имущества туристов на время их отсутствия в родном городе</li> <li>c) страхование медицинских расходов</li> <li>d) страхование от несчастных случаев</li> <li>e) страхование расходов на случай невозможности совершить заранее оплаченную поездку</li> </ul>
22.	Цикл работ туроператора содержит этапы:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) определение тура</li> <li>b) продвижение тура</li> <li>c) реализация тура</li> <li>d) сбыт турпродукта</li> <li>e) тур-планирование</li> <li>f) тур-проектирование</li> </ul>
23.	Для визовой поддержки российских туристов турфирме необходимо иметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) аккредитацию в консульской службе посольства иностранного государства</li> <li>b) договор с компанией, имеющей аккредитацию в консульской службе посольства иностранного государства</li> <li>c) лицензию</li> <li>d) регистрацию в консульской службе МИД РФ</li> <li>e) референс-номер</li> </ul>
24.	Для визовой поддержки иностранных туристов турфирме необходимо иметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) аккредитацию в консульской службе посольства иностранного государства</li> <li>b) договор с компанией, имеющей аккредитацию в консульской службе посольства иностранного государства</li> <li>c) лицензию</li> <li>d) регистрацию в консульской службе МИД РФ</li> <li>e) референс-номер</li> </ul>
25.	Инструментами туроператора при продвижении туристического продукта являются:	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) PR-акции</li> <li>b) заключение и исполнение договоров</li> <li>c) работа с агентствами</li> <li>d) реклама</li> <li>e) стимулирование сбыта</li> </ul>

**Ключ к тесту №2**

1	<b>a, b, e</b>	6	<b>a, b, d</b>	11	<b>a, b</b>	16	<b>b, c</b>	21	<b>b, c, d, e</b>
2	<b>a, b</b>	7	<b>a, b, c</b>	12	<b>a, c</b>	17	<b>a, c, e, f</b>	22	<b>b, c, d, e, f</b>



3	a, c	8	a, b, d	13	a, d	18	a, b, c, d	23	a, b
4	a, b, e	9	b, d	14	a, b, c, d	19	a, b, c, d	24	d, e
5	a, b, d	10	a, b, d	15	a, b, c	20	a, b, c	25	a, c, d, e

Лист для ответа студентом на тест

Листок студента \_\_\_\_\_ группы \_\_\_\_\_

Фамилия, имя \_\_\_\_\_.

Дата сдачи теста \_\_\_\_\_.

1.	2.	3.	4.	5.
6.	7.	8.	9.	10.
11.	12.	13.	14.	15.
16.	17.	18.	19.	20.
21.	22.	23.	24.	25.

Методические указания по подготовке к текущим контрольным срезам, тестированию представлены в п. 11.5.

### 8.5. Перечень методических материалов, определяющих процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Наименование этапа	Процедура оценивания знаний, умений, навыков	Методические материалы
Этап 1 Формирование базы знаний	1. Контроль посещаемости аудиторных занятий 2. Проверка ведения конспектов 3. Мониторинг самостоятельной работы студентов	п.8.2. Перечень знаний, умений и навыков с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины
Этап 2 Формирование навыков практического использования знаний	1. Контроль знаний нормативно-правовых документов и актов 2. Проверка сформированности навыков: – обоснования перспективных направлений в производственной деятельности туроператора и турагента; – взаимодействия с партнерами на всех этапах туроператорской деятельности; – организации процесса обслуживания клиентов туроператора – использования результатов выполненного анализа рынка для формирования турпродукта и определения ценовой политики турфирмы.	п. 6. Интерактивные занятия п.8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине



Этап 3 Проверка усвоения материала	1. Контроль соответствия содержания, практических выводов и предложений контрольной работы требованиям изучаемой дисциплины 2. Промежуточный контроль по дисциплине	п.8. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
---------------------------------------	--	---

### **8.6. Мониторинг самостоятельной работы студентов**

Мониторинг самостоятельной работы студентов осуществляется в следующих направлениях.

Для очной и очно-заочной форм обучения:

- выбор темы сообщения, доклада, реферата;
- согласование плана по выбранной теме;
- проверка освоенности тем для самостоятельного освоения во время устного опроса на семинаре, практическом занятии и зачете.

Для заочной формы обучения:

- выбор темы контрольной работы;
- согласование плана контрольной работы;
- консультация по e-mail или индивидуальная (личная) консультация по вопросам содержания контрольной работы (актуальность, проработанность темы в литературе, анализ, практические выводы, оформление и др.);
- проверка освоенности тем для самостоятельного освоения во время устного опроса на зачете.

### **9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

#### **1) Нормативно-правовые акты**

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федер. Закон – М.: Собрание законодательства Российской Федерации № 35 от 4 октября 1996г. (в редакции от 29.06.2015)
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 13.07.2015) «О защите прав потребителей»

#### **2) Основная литература**

1. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта – М.: Руконт, 2014. – 177 с. – Электронный учебник.
2. Смирнова Д.Ш. Маркетинг в туризме: учебное пособие. – М.: Кнорус, 2016. – 200 с.

#### **3) Дополнительная литература**

3. Управление продажами / А.Г. Голова: учебник. – М.: Руконт, 2014. – 140 с. – Электронный учебник.

### **10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

Информационное обеспечение освоения дисциплины основывается как на традиционных (библиотечных и издательских), так и на новых телекоммуникационных технологиях.



Для студентов всех форм обучения, в том числе заочной, имеется свободный доступ к учебникам электронной библиотеки издательства «Юрайт» и электронной библиотеки «Руконт».

При освоении дисциплины особое значение имеет работа с отраслевыми периодическими изданиями, представленными в Интернет-ресурсах.

#### Список основных Интернет-ресурсов

Наименование Интернет-ресурсов	Ссылка
Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии RATA-news	<a href="http://www.ratanews.ru/">http://www.ratanews.ru/</a>
Журнал TTG RUSSIA (Туристическая газета)	<a href="http://www.ttg-russia.ru">www.ttg-russia.ru</a>
Онлайн-журнал HotLine.travel	<a href="http://www.hotline.travel/">http://www.hotline.travel/</a>
Компания «Мегатек»	<a href="http://www.megatec.ru/">http://www.megatec.ru/</a>
Компания «САМО-Софт»	<a href="http://samo.ru/">http://samo.ru/</a>
Система поиска и бронирования туров	<a href="http://exat.ru/">http://exat.ru/</a>
Тонкости продаж	<a href="http://pro.tonkosti.ru/">http://pro.tonkosti.ru/</a>
Турбизнес	<a href="http://www.tourbus.ru">www.tourbus.ru</a>
Туризм: практика, проблемы, перспективы	<a href="http://www.tpnews.ru">www.tpnews.ru</a>
Турифо	<a href="http://www.tourinfo.ru">www.tourinfo.ru</a>
Туристическая поисковая система	<a href="http://sletat.ru/">http://sletat.ru/</a>
Федеральное агентство по туризму (официальный сайт)	<a href="http://www.russiatourism.ru/">http://www.russiatourism.ru/</a>
Сайт компании LightSof и её программные продукты	<a href="http://www.lightsoft.ru/">http://www.lightsoft.ru/</a> <a href="http://www.allspo.ru/">http://www.allspo.ru/</a> <a href="http://mediatravel.ru/">http://mediatravel.ru/</a> <a href="http://travelsoft.ru/">http://travelsoft.ru/</a> <a href="http://www.rutraveller.ru/guides">http://www.rutraveller.ru/guides</a> <a href="http://www.rutraveller.ru/touragents">http://www.rutraveller.ru/touragents</a>

## 11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

### 11.1. Методические указания для самостоятельной работы обучающихся по освоению теоретического материала

#### Тема 1. Международный туристский рынок

Изучение данной темы следует начинать со сбора и систематизации статистической информации по международным турпотокам. Источниками информации могут послужить отчеты Всемирной туристской организации и статистика по международному туризму на сайте Федерального агентства по туризму. Следует определить общие тенденции развития международного туризма в мире и в Российской Федерации с точки зрения профессиональной туристской деятельности. При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к определению места туроператорских и турагентских компаний в процессе развития международного туристского рынка. Мировая туристская индустрия – состояние, тенденции, перспективы развития. Значение международного туризма во внешнеэкономических отношениях между странами. Положение туристской индустрии в экономике. Роль и место турфирм в туристской индустрии. Ситуация на туристском рынке России: тенденции и



перспективы развития внутреннего, выездного и въездного туризма. Характеристика рынка выездного туризма. Характеристика основных международных въездных потоков.

## Тема 2. Основы туристской деятельности в Российской Федерации

Изучение данной темы позволит в дальнейшем правильно пользоваться профессиональной терминологией в процессе изучения данной дисциплины и в практической туристской деятельности. Главным источником информации при изучении данной темы является Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в редакции от 29.06.2015). Кроме определений основных понятий, используемых в данном Федеральном законе (статья 1) необходимо изучить нижеперечисленные разделы.

Статья 3. Принципы государственного регулирования туристской деятельности

Статья 4. Цели, приоритетные направления и способы государственного регулирования туристской деятельности

Статья 4.1. Условия осуществления туроператорской деятельности. Единый федеральный реестр туроператоров

Статья 11.1. Объединение туроператоров в сфере выездного туризма

Статья 11.2. Функции объединения туроператоров в сфере выездного туризма

Статья 11.3. Имущество объединения туроператоров в сфере выездного туризма

Статья 11.4. Компенсационный фонд объединения туроператоров в сфере выездного туризма

Статья 11.5. Возмещение расходов компенсационного фонда объединения туроператоров в сфере выездного туризма

Глава III. Права и обязанности туриста

Глава IV. Особенности формирования, продвижения и реализации туристского продукта

Глава VII. Безопасность туризма

Глава VII.1. Финансовое обеспечение

В перечисленных разделах изложены основные принципы осуществления туристской деятельности в Российской Федерации. Знание этих принципов позволит свободно ориентироваться во взаимоотношениях субъектов туристского рынка.

## Тема 3. Классификация видов туризма

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к сегментированию туристского рынка по различным критериям при разработке туристского продукта с целью максимального удовлетворения потребностей потенциальных клиентов выбранного сегмента и для дальнейшего позиционирования созданного тура на этапе его продвижения. Цели, типы, виды, категории туризма. Принципы и признаки классификации. Характеристики видов туризма.

## Тема 4. Факторы, влияющие на деятельность и развитие туризма

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к изучению внешней и внутренней среды туристской деятельности с точки зрения руководства туристского предприятия с целью оценки влияния тех или иных факторов. Факторы внешней среды – их черты и особенности. Факторы микро- и макросреды. Оценка влиятельности внешних и внутренних факторов.

Тема 5. Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта. Роль туроператорских компаний в создании туристского продукта

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к участию туроператорских и турагентских предприятий в обслуживании тури-





стов. Туристские услуги: основные, дополнительные, сопутствующие. Туристский рынок: участники, понятия и особенности, обуславливающие необходимость деятельности профессиональных организаторов туризма. Понятие и виды деятельности туроператоров и турагентов. Туроператорские и турагентские предприятия, как субъекты туристского рынка: роль в создании и продвижении турпродукта. Инициативный и рецептивный туроператор. Прямая и репрезентативная схемы работы туроператора при создании туристского продукта. Организация и работа представительств туристских компаний за рубежом. Схемы продвижения турпродукта.

#### Тема 6. Создание привлекательного туристского продукта. Проектирование тура

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к разработке туристского продукта. Классы обслуживания. Пакет услуг. Заказные туры. Инклюзив-туры. Индивидуальные и групповые туры. Классификация и разработка туристских маршрутов. Проектирование туров. Программа обслуживания. Поставщики услуг. Формирование туров. Расчет стоимости тура. Основы туроперейтинга во внутреннем туризме. Особенности российского туристского продукта. Виды предлагаемых и реализуемых программ. Основные параметры и условия, формирующие образ территорий, привлекательный для организации въездного туризма (безопасность, уровень сервиса, насыщенность туристскими объектами, состояние объектов, состояние инфраструктуры). Имидж территории. Особенности проектирования туров с учетом социально психологических особенностей иностранных туристов. Российские национальные праздники как основа анимационных программ в экскурсионном и других видах въездного туризма.

#### Тема 7. Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к использованию услуг размещения в составе туристского продукта. Взаимоотношения с предприятиями гостиничной индустрии. Объекты размещения. Характеристика объектов размещения за рубежом. Классификация и категоричность средств размещения с учётом специфики той или иной страны. Региональные особенности развития и функционирования объектов размещения. Формы сотрудничества. Разовые заявки, комитмент, элонтмент, безотзывное бронирование, повышенная комиссия, приоритетное бронирование. Аренда гостиничного предприятия, апартаментов, других средств размещения. Взаимоотношения с предприятиями индустрии питания. Организация питания туристов за рубежом. Различия организационных форм питания (полупансион, полный пансион, «всё включено» и др.) в условиях прибрежных, городских и других форм размещения.

#### Тема 8. Сотрудничество туроператоров и перевозчиков

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к использованию транспортных услуг в составе туристского продукта. Транспортные компании. Формы сотрудничества туроператора с авиакомпаниями. Регулярные и чартерные перевозки, фрахт воздушного судна. Выписка и реализация авиабилетов. Железнодорожная перевозка в составе тура за рубеж. Комбинированные маршруты: ж/д+авиа, ж/д+авто, ж/д+водный транспорт. Фрахтование ж/д вагонов. Предоставление услуг во фрахтуемых вагонах. Услуги автотранспортных хозяйств. Аренда автотранспортного средства. Речные и морские перевозки. Формы работы с круизными компаниями. Фрахтовка судна. Права и обязанности сторон.

#### Тема 9. Сотрудничество туроператоров и экскурсионных компаний



При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к использованию экскурсионных услуг в составе туристского продукта. Экскурсионные и трансферные организации. Взаимодействие экскурсовода, гида-переводчика с туроператором. Виды экскурсионного обслуживания. Сопровождение туристов гидом-переводчиком. Профессионально-квалификационные требования к экскурсоводу, гиду-переводчику. Права и обязанности экскурсовода, гида-переводчика. Организация экскурсионной деятельности за рубежом.

#### Тема 10. Взаимодействие туроператоров с принимающими компаниями

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к особенностям сотрудничества инициативных и рецептивных туроператоров. Услуги, оказываемые meet-компаниями. Контроль качества обслуживания и способы его регулирования. Права и обязанности сторон. Виды взаиморасчетов.

#### Тема 11. Страхование российских туристов, выезжающих за рубеж

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к обеспечению безопасности туристов. Основы страхования в туризме. Необходимость страховой защиты туристов, выезжающих за рубеж. Типы и программы страхования, виды страховок. Взаимодействие туроператора со страховой компанией и туристом. Оформление страхового полиса.

#### Тема 12. Паспортно-визовые формальности

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к туристским формальностям в операторской и агентской деятельности. Правила выезда с территории РФ. Оформление и получение заграничного паспорта, визы (при необходимости). Паспортные формальности. Визовые формальности. Таможенные формальности. Правила оформления документов на детей, выезжающих с родителями/без родителей: паспортные, визовые; нотариальная доверенность; выезд и вылет детей за пределы РФ без сопровождения родителей. Прием иностранных туристов. Особенности оформления документации при въезде иностранных туристов в РФ. Медицинские формальности. Санитарно-эпидемиологические требования. Порядок ввоза и вывоза фауны и флоры. Порядок ввоза и вывоза культурных ценностей на территорию и с территории РФ.

#### Тема 13. Основные формы продажи туристского продукта

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к операторским и агентским продажам туристского продукта. Оптовая и розничная продажа туристских услуг, технологии продаж. Принципы формирования сбытовой сети. Разновидности схемы рыночных каналов продвижения туристского продукта. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение.

#### Тема 14. Использование информационных технологий для организации туров и для продвижения турпродукта

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к применению современных информационных и коммуникационных технологий в туристской деятельности. Использование Интернет-сайтов и электронных систем для бронирования железнодорожных и авиабилетов. Интернет-бронирование гостиниц и других средств размещения, аренда автомобилей и др. Использование услуги on-line-бронирования



туров. Сайты туроператорских и турагентских компаний – основной источник оперативной информации о предлагаемых турах.

#### Тема 15. Реклама туристского продукта: цели и основные принципы

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к основному и традиционному инструменту продвижения туристских услуг и продуктов. Методы и нормативная основа рекламы турпродукта. Тактические решения по рекламе.

#### Тема 16. Нерекламные методы продвижения турпродукта. Использование маркетинговых стратегий

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к прогрессивным и инновационным методам продвижения туристских услуг и продуктов. Анализ деятельности наиболее успешных организаций по предоставлению услуг в сфере российского туризма. Изучение и выработка маркетинговых стратегий, направленных на развитие и популяризацию туризма. Стимулирование продажи и пропаганда (PR) турпродукта.

#### Тема 17. Каталог туроператора. Цели, задачи, организация участия в выставках Генеральные и служебные каталоги – основное содержание. Варианты ценовых таблиц. Подбор иллюстративного материала. Степень информативности, удобство пользования и достоверность информации.

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к выставочным методам продвижения бренда, услуг, продукта в туристской деятельности. Выбор выставки и подготовка к выставке. Работа на стенде. Средства создания, оформления и методы показа композиции. Основные правила выставочной работы. Работа после выставки.

#### Тема 18. Организация обслуживания туристов

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к этапу непосредственного взаимодействия туроператоров и турагентов с потребителями услуг туристской индустрии. Стратегия и менеджмент обслуживания. Качество обслуживания и способы его регулирования. Основы технологии обслуживания туристов в турагентской фирме. Профессиональная этика работников турфирмы. Необходимость формирования коммуникативных навыков.

#### Тема 19. Партнерское взаимодействие в туристской индустрии

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к особенностям взаимодействия с партнерами в туристской деятельности. Принципы и правила партнерского общения в турбизнесе. «Телефонный» этикет. Психологические правила общения и ведения переговоров.

#### Тема 20. Документооборот в туристской фирме

При изучении данной темы следует уделить внимание нижеперечисленным понятиям, относящимся к документационному сопровождению туристской деятельности. Документация туристской фирмы. Классификация документации: по кругу пользователей; по источнику информации; по степени и форме волеизъявления. Уставные документы. Бухгалтерские и статистические документы. Документы внутреннего распорядка. Документы, регламентиру-



ющие отношения с поставщиками, с агентами, с туристами. Документы туристов. Договор с клиентом как основной документ туристской фирмы.

### **11.2. Материалы для подготовки обучающихся к семинарским занятиям**

Семинарские занятия по дисциплине проводятся в форме индивидуальных и фронтальных опросов, дискуссий, самостоятельных работ, тестирования, а также практических занятий с каталогами, сайтами туроператоров, технологической документацией.

Главная цель семинарских и практических занятий – закрепление теоретического материала, стимулирование познавательного интереса к изучаемой теме, вовлечение студентов в активное обсуждение разных научных и практических проблем по изучаемому материалу-дисциплины, побуждение их к осмысливанию различных подходов и стратегий, к аргументации чужой и собственной позиций.

Семинарское занятие требует от студента предварительной подготовки. Преподавателю необходимо составить план занятия: вводная часть, проводимая преподавателем, самостоятельная работа или выступления студентов, обсуждение работы или выступлений, подведение итогов обсуждения преподавателем. Семинарские занятия дают положительные результаты, если в них проявляется творческая активность студентов, их способность принимать самостоятельные решения.

Семинарское занятие органично связано со всеми другими формами организации учебного процесса, включая, прежде всего, лекции и самостоятельную работу студентов. На семинарские занятия выносятся узловые темы курса, усвоение которых определяет качество профессиональной подготовки студентов.

Задачи семинарского занятия:

- закрепление, углубление и расширение знаний студентов по соответствующей теме;
- формирование умения постановки и решения интеллектуальных задач и проблем;
- совершенствование способностей по аргументации студентами своей точки зрения, а также по доказательству и опровержению других суждений;
- демонстрация студентами достигнутого уровня теоретической подготовки;
- формирование навыков самостоятельной работы с литературой.

Функции семинарского занятия: познавательная, развивающая, воспитательная, контрольная.

Выбор вида и формы проведения семинарского занятия определяется спецификой учебной дисциплины, содержанием темы, профилем и уровнем подготовки студентов, характером рекомендованной литературы; призван способствовать обеспечению наиболее полного раскрытия содержания обсуждаемой темы, достижению наибольшей активности студентов.

Элементы семинарского занятия

К типичным структурным элементам семинарского занятия относятся: вступительное слово преподавателя, основная часть, заключительное слово преподавателя. Вступительное слово преподавателя кратко характеризует место темы семинарского занятия в изучаемом курсе, цели и задачи занятия; мобилизует, организует и активизирует внимание студентов. Основная часть состоит из выступлений студентов и их обсуждения. Заключительное слово преподавателя распространяется как на отдельные вопросы, так и семинарское занятие в целом; содержит выводы и оценку деятельности студентов, установку на следующее семинарское занятие.

Рекомендуется также посещение туристских выставок, научно-практических конференций и семинаров, что поможет студентам не только в усвоении материала по дисциплине, но и в написании курсовых проектов.



Также используются компьютерные технологии, в частности презентационные программы, с помощью которых в наиболее доступной форме усваивается информация.

Подготовка к практическому, семинарскому занятию включает 2 этапа:

1-й – организационный;

2-й – закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

– уяснение задания на самостоятельную работу;

– подбор рекомендованной литературы;

– составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе изучения дисциплины предусмотрено проведение семинарских занятий, которые могут быть проведены по следующим темам.

Тема: «Международный туристский рынок»

Форма проведения: семинар проводится в форме групповой дискуссии, – обсуждения предлагаемых заранее вопросов.

Цель и краткое содержание занятия: проверка освоенности студентами материалов по теме 1. Во время обсуждения студенты оценивают и анализируют материал курса, новую информацию, дискутируют, делают выводы.

План семинара

1. Мировая туристическая индустрия – состояние, тенденции, перспективы развития
2. Общие тенденции развития международного туризма в мире и в Российской Федерации с точки зрения профессиональной туристской деятельности
3. Значение международного туризма во внешнеэкономических отношениях между странами
4. Положение туристической индустрии в экономике
5. Роль и место турфирм в туристической индустрии
6. Ситуация на туристском рынке России: тенденции и перспективы развития внутреннего, выездного и въездного туризма
7. Характеристика рынка выездного туризма
8. Характеристика основных международных въездных потоков

Предварительная подготовка студентов: изучение материалов лекционных занятий, рекомендованной литературы, отраслевой периодики, Интернет-ресурсов.

Контрольные вопросы

1. Этапы развития туристической деятельности



2. Современное состояние международного туристского рынка
3. Тенденции в международном туризме
4. Современное состояние туристского рынка России: тенденции и перспективы развития

Предварительная подготовка студентов: изучение материалов лекционных занятий, рекомендованной литературы, отраслевой периодики, Интернет-ресурсов.

Рекомендуемая литература и источники: см. п. 9

Тема: «Основы туристской деятельности в Российской Федерации»

Форма проведения: семинар проводится в форме групповой дискуссии, – обсуждения предлагаемых заранее вопросов.

Цель и краткое содержание занятия: изучение основных понятий и принципов осуществления туристской деятельности в Российской Федерации, проверка освоенности студентами материалов по теме 2. Во время обсуждения студенты оценивают и анализируют материал курса, новую информацию, дискутируют, делают выводы.

План семинара

1. Принципы государственного регулирования туристской деятельности
2. Цели, приоритетные направления и способы государственного регулирования туристской деятельности
3. Условия осуществления туроператорской деятельности. Единый федеральный реестр туроператоров
4. Финансовое обеспечение туроператора
5. Объединение туроператоров в сфере выездного туризма
6. Функции объединения туроператоров в сфере выездного туризма
7. Права и обязанности туриста
8. Безопасность туризма
9. Особенности формирования, продвижения и реализации туристского продукта

Предварительная подготовка студентов: изучение материалов лекционных занятий, рекомендованной литературы, отраслевой периодики, Интернет-ресурсов.

Контрольные вопросы

1. Основные понятия, применяемые в туристской деятельности
2. Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации
3. Роль и место туроператорских и турагентских фирм в туристской деятельности
4. Изменения в законодательстве Российской Федерации, влияющие на туристскую деятельность

Предварительная подготовка студентов: изучение материалов лекционных занятий, рекомендованной литературы, отраслевой периодики, Интернет-ресурсов.

Рекомендуемая литература и источники: см. п. 9

Тема: «Создание привлекательного туристского продукта. Ценообразование в туризме»

Форма проведения: семинар проводится в форме практического занятия.

Цели занятия: приобретение навыков анализа рынка поставщиков туристских услуг, расчета стоимости тура, проверка освоенности студентами материалов по темам 5 – 9. Занятие проходит в компьютерном классе с возможностью выхода в Интернет.

План занятия

1. Каждый студент получает от преподавателя готовую программу тура
2. Студент определяет всех поставщиков услуг по программе тура



3. На сайтах этих поставщиков студент узнает актуальные цены на услуги по программе тура
4. Студент проводит расчет стоимости тура с учетом групповых скидок туроператору от поставщиков
5. Результат расчета сравнивается с розничной ценой на тур

Предварительная подготовка студентов: изучение материалов лекционных занятий, рекомендованной литературы, отраслевой периодики, Интернет-ресурсов.

Контрольные вопросы

1. Классы обслуживания
2. Пакет услуг
3. Заказные туры
4. Инклюзив-туры
5. Индивидуальные и групповые туры

Рекомендуемая литература и источники: см. п. 9

Тема: «Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения»

Форма проведения: занятие проходит в форме групповой дискуссии.

Цель занятия: получение представления об особенностях выбора возможных вариантов взаимодействия с поставщиками услуг размещения.

План занятия:

Студентам предлагаются варианты программ по нескольким маршрутам, которые они должны:

- проанализировать;
- сделать прогноз возможного объема туристского спроса по программе;
- сделать прогноз возможной целевой аудитории по программе;
- разработать предложения по ассортименту средств размещения и возможному объему покупки предлагаемых услуг размещения с учетом прогнозируемого спроса;
- предложить варианты взаимодействия с предприятиями размещения и мотивировать свой выбор.

Предварительная подготовка студентов: изучение материалов лекционных занятий, рекомендованной литературы, отраслевой периодики, Интернет-ресурсов. Перед практическим занятием студенты должны самостоятельно изучить по учебникам и учебным пособиям, а также по другим, доступным им источникам (включая ИНТЕРНЕТ) вопросы, выносимые на занятие и быть готовыми к их обсуждению в режиме свободной дискуссии.

Контрольные вопросы

1. Что такое аренда отеля?
2. Какие виды средств размещения предлагают туроператоры при организации путешествий?
3. Какие варианты классификации средств размещения по уровню комфорта Вы знаете?
4. Критерии классификации номеров современных гостиниц.
5. Какие виды предприятий питания в гостиницах Вы знаете?
6. Варианты взаимодействия ТО и предприятия размещения на условиях покупки блока мест.
7. Характеристики блоков мест, их разновидности.
8. Порядок взаимодействия ТО и отеля при покупке блока мест на условиях комитмента.
9. Порядок взаимодействия ТО и отеля при работе на условиях безотзывного бронирования..



10. Порядок взаимодействия ТО и отельера при покупке блока мест на условиях элонтента.
11. Критерии определения размера скидки при заключении договора ТО с предприятием размещения.

Рекомендуемая литература и источники: см. п. 9

Тема: «Сотрудничество туроператоров и перевозчиков»

Форма проведения: практическое занятие проходит в форме круглого стола.

Цель занятия: проверка освоенности студентами материалов по теме. Во время обсуждения студенты оценивают и анализируют материал курса, новую информацию, дискутируют, делают выводы.

План занятия

Студентам предлагаются варианты программ по нескольким маршрутам, которые они должны:

- проанализировать;
- сделать прогноз возможного объема туристского спроса по программе;
- сделать прогноз возможной целевой аудитории по программе;
- разработать предложения по ассортименту транспортных средств по программе и возможному объему покупки транспортных услуг с учетом прогнозируемого спроса;
- предложить варианты взаимодействия с транспортными предприятиями и мотивировать свой выбор.

Предварительная подготовка студентов: изучение материалов лекционных занятий, рекомендованной литературы, отраслевой периодики, Интернет-ресурсов. Перед практическим занятием студенты должны самостоятельно изучить по учебникам и учебным пособиям, а также по другим, доступным им источникам (включая ИНТЕРНЕТ) вопросы, выносимые на занятие и быть готовыми к их обсуждению в режиме свободной дискуссии.

Контрольные вопросы

1. Формы сотрудничества туроператора с авиакомпаниями
2. Какие виды чартерных программ Вы знаете?
3. Назовите классы обслуживания на борту воздушного судна
4. Перечислите возможные варианты использования железнодорожного транспорта при организации путешествий
5. Перечислите возможные варианты использования автотранспорта при организации путешествий
6. Перечислите возможные варианты использования водного транспорта при организации путешествий
7. Права и обязанности ТО при организации путешествий с использованием авиационного транспорта
8. Права и обязанности ТО при организации путешествий с использованием автотранспорта
9. Права и обязанности ТО при организации путешествий с использованием железнодорожного транспорта
10. Права и обязанности ТО при организации путешествий с использованием водного транспорта

Рекомендуемая литература и источники: см. п. 9

Тема: «Продвижение турпродукта. Формы и каналы сбыта. Основные формы продажи турпродукта»

Форма проведения: практическое занятие.





Цели занятия: приобретение начальных навыков взаимодействия с партнерами по сбыту и с клиентами при осуществлении прямых продаж туристского продукта. приобретение начальных навыков оформления туристских документов.

#### План занятия

Студентам предлагаются варианты агентских договоров и договоров купли-продажи различных туроператоров которые они должны:

- проанализировать;
- определить закономерности в структуре предлагаемых договоров;
- определить и перечислить существенные условия агентских договоров и договоров купли-продажи;
- произведя критический и сравнительный анализ предлагаемых договоров, сделать замечания по их форме и содержанию, выработать рекомендации по их возможному улучшению;
- получив на руки варианты программ по нескольким маршрутам, студенты заполняют бланки договоров в соответствии с предлагаемыми программами туров.

Предварительная подготовка студентов: изучение материалов лекционных занятий, рекомендованной литературы, отраслевой периодики, Интернет-ресурсов. Перед практическим занятием студенты должны самостоятельно изучить по учебникам и учебным пособиям, а также по другим, доступным им источникам (включая ИНТЕРНЕТ) вопросы, выносимые на занятие и быть готовыми к их обсуждению в режиме свободной дискуссии.

#### Контрольные вопросы

1. Является ли размер штрафных санкций, указываемая турфирмами при заключении договора с туристом в статье «ответственность сторон» обоснованным в случае его отказа от поездки?
2. Правомочны ли турфирмы взыскивать с туриста 100% стоимости тура в подобных случаях?
3. От чего зависит сумма штрафов?
4. Может ли турист требовать внесения изменений в договор до его подписания?
5. Может ли турист требовать внесения изменений в договор после его подписания?
6. Какие события признаются в договоре «форс-мажором»?
7. Как влияет на ответственность сторон по договору наступление форс-мажорных обстоятельств?

Рекомендуемая литература и источники: см. п. 9

#### Тема: «Каталог туроператора. Участие в выставках»

Форма проведения: семинар проводится в форме групповой дискуссии, проводится обсуждение предлагаемых заранее вопросов.

Цель занятия: приобретение начальных навыков организации продвижения туристского продукта с помощью каталогов и выставочных мероприятий.

#### План занятия

Студентам предлагаются для изучения иллюстративные и ценовые каталоги туроператоров, которые они должны:

- проанализировать;
- определить их основное содержание и назначение;
- оценить подбор иллюстративного материала (его количество и качество);
- оценить степень информативности, удобство пользования и достоверность информации;
- сравнить варианты ценовых таблиц в предлагаемых каталогах.



Занятие может быть проведено на очередной туристической выставке с написанием отчета о посещении с использованием теоретических знаний, полученных на лекциях и по вопросам к теме.

Предварительная подготовка студентов: изучение материалов лекционных занятий, рекомендованной литературы, отраслевой периодики, Интернет-ресурсов. Перед практическим занятием студенты должны самостоятельно изучить по учебникам и учебным пособиям, а также по другим, доступным им источникам (включая ИНТЕРНЕТ) вопросы, выносимые на занятие и быть готовыми к их обсуждению в режиме свободной дискуссии.

Контрольные вопросы

1. Выбор выставки и подготовка к выставке
2. Работа на стенде
3. Средства создания, оформления и методы показа композиции
4. Основные правила выставочной работы
5. Работа после выставки

Рекомендуемая литература и источники: см. п. 9

### **11.3. Методические рекомендации по написанию контрольных работ студентами заочной формы обучения**

Студенты заочной формы обучения выполняют самостоятельно письменную контрольную работу, цель которой – подтвердить получение в необходимом объеме знаний, умений и навыков по дисциплине, научиться анализировать, выявлять тенденции и самостоятельно делать выводы о возможностях и перспективах различных технологий, применяемых в туристской отрасли.

Задачи выполнения контрольной работы:

- используя учебно-методическую литературу, раскрыть вопросы в пределах выбранной темы;
- провести анализ современных тенденций и перспектив дальнейшего развития исследуемых процессов, технологий или явлений;
- сделать и обосновать самостоятельные выводы.

При выборе темы контрольной работы обучающийся составляет план, который включает введение, основную часть и заключение.

Рекомендуемая логика построения контрольной работы: вначале следует показать значимость рассматриваемой проблемы в широком контексте, затем – в более «узком», прикладном значении. На втором этапе следует структурировать саму проблему: причины первого/второго/третьего уровня; генезис проблемы и ее последствия: близкие, ожидаемые, известные и отдаленные, ранее не изученные. На этом этапе рекомендуется формализовать результаты с помощью таких способов, как диаграмма «сходства», «связей», и их аналогов.

На третьем этапе автору следует сфокусировать внимание на одной конкретной, сравнительно обособленной причине возникновения проблемы, рассмотреть ее детально, и предложить свой особый (ранее не разработанный) вариант решения. Завершая контрольную работу, следует показать – какие последствия будет иметь предложенное автором решение, сначала в «узком», затем в «широком» контексте (это позволяет «закольцевать» тему, вернуться к началу контрольной работы – постановке проблемы). Тематика контрольных работ не исчерпывается темами, приведенными в программе дисциплины. Студент вправе сформулировать собственную тему. Тема должна быть утверждена преподавателем заблаговременно, до начала выполнения работы.

Каждая контрольная работа содержит следующие составные элементы.



1. Титульный лист
2. Оглавление или Содержание с указанием страниц каждого раздела, главы
3. Ведение (актуальность темы контрольной работы)
4. Текстовое изложение материала, разбитое на разделы и главы (содержащее необходимые ссылки на материалы, использованные автором)
5. Заключение (краткое подведение итогов работы, практические предложения и выводы)
6. Список использованных источников
7. Приложение (если имеется)

Во *введении* обосновывается выбор данной темы с точки зрения её актуальности, излагаются цель и задачи работы, библиографическое описание вопросов темы.

В *основной части* раскрываются вопросы, которые, по мнению автора, целесообразно осветить в работе. При этом следует учитывать особенности изложения материала в рефератах репродуктивных (рефератах-конспектах и рефератах-резюме) и продуктивных (рефератах-обзорах и рефератах-докладах) и не допускать дословной переписки текстов из учебников. Реферирование предполагает интеллектуальный творческий процесс, включающий осмысление текста, аналитико-синтетическое преобразование информации и создание нового текста.

В *заключении* автор делает выводы по теме.

В конце работы приводится список использованных источников.

Рекомендуется следующая последовательность написания контрольной работы

1. Для успешного выполнения письменной контрольной работы студенту необходимо ознакомиться с полным курсом изучаемой дисциплины в соответствии с рекомендованной литературой.

2. Для проверки полученных знаний следует обратиться к вопросам для самоконтроля (п. 8.4.1) и выяснить, все ли разделы дисциплины понятны и усвоены. Если возникают вопросы или не удастся освоить какой-то материал, следует зафиксировать эти моменты для их прояснения на консультации перед итоговым контролем, или обратиться за помощью на кафедру туризма.

3. Тема контрольной работы выбирается студентом из списка самостоятельно, в соответствии с научными, деловыми, познавательными и другими целями. При выборе темы для контрольной работы следует руководствоваться полученными в процессе освоения дисциплины знаниями и умениями.

4. Начиная работу над контрольной, необходимо внимательно ознакомиться с перечнем основных вопросов, которые должны быть изучены и раскрыты затем в содержании, которое необходимо согласовать с преподавателем. Если не удастся связаться с преподавателем, следует обратиться на кафедру туризма.

5. Контрольная работа должна быть написана в программе MicrosoftWord. Возможно создание презентации к контрольной работе в программе MicrosoftPowerPoint. При этом 1-й вариант (MicrosoftWord) обязателен в распечатанном виде и является основным, сдается на кафедру туризма за неделю до начала сессии. В электронном виде сдаются оба варианта по e-mail: [mgiiit-turism@mail.ru](mailto:mgiiit-turism@mail.ru) и [kaftour@bk.ru](mailto:kaftour@bk.ru).

6. Работая над контрольной, следует внимательно изучить материалы по необходимым вопросам, как из списка рекомендованной литературы, так и отраслевой периодики.

7. Отраслевая периодика является источником практических знаний и примеров, как для выполнения контрольной, так и для освоения курса в целом.

8. Необходимо тщательно изучить правила оформления контрольной работы и строго соблюдать сроки сдачи ее на проверку. Сроки сдачи контрольной работы на проверку уста-



навливаются преподавателем индивидуально, но не могут быть позднее недели до сдачи экзамена. Работу следует отправить по электронной почте по адресу [kaftour@bk.ru](mailto:kaftour@bk.ru) точным указанием названия дисциплины, факультета, номера группы, фамилии и инициалов студента. При этом, на консультации перед экзаменом и на самом экзамене следует иметь при себе электронный носитель с записью контрольной работы на случай возникновения технических сбоев. При себе, также, желательно иметь контрольную работу в распечатанном виде для того, чтобы преподаватель мог наглядно объяснить по тексту свои замечания или отметить сильные стороны работы.

9. В случае возникновения вопросов при составлении плана, написании контрольной работы или подготовке к экзамену, следует обратиться к преподавателю за индивидуальной консультацией, которая будет проведена в удобное для студента время. График индивидуальных консультаций доступен на сайте института и доске объявлений кафедр.

При необходимости преподаватель может проверить работу и высказать замечания непосредственно во время индивидуальной консультации.

Необходимо соблюдать следующие требования к оформлению контрольной работы.

1. Основные правила оформления контрольных работ приведены на сайте МГИИТ: [www.mgiit.ru](http://www.mgiit.ru) (форма и содержание титульного листа, шрифт, интервалы и др.).

3. Объем работы – от 20 до 30 листов основного текста формата А4 (без учета приложений, титульного листа, содержания и списка использованных источников), с одной стороны. Страницы должны быть пронумерованы и скреплены в обязательном порядке.

4. В работе необходимо наличие разделов: введение, содержание, заключение, список использованных источников с обязательным указанием Интернет-ресурсов, если они были использованы.

5. При написании работы следует использовать рекомендованную литературу, а также учебные материалы, изданные в открытой печати, периодические отраслевые материалы. Интернет-ресурсы рекомендуется использовать в качестве иллюстративного материала: предложения туроператоров, авиакомпаний, визовых служб и др.

6. При написании контрольной работы необходимо выполнять следующие правила:

– в работе должны содержаться общие теоретические положения, правовая и нормативная база по конкретному вопросу, а также информация о преломлении данной темы в современный туристский рынок, т.е. информация о том, как данный вид транспорта или услуга связаны с вопросами формирования турпродукта, видами туризма и др.;

– изложение предмета не должно содержать элементов журналистского стиля, например, «великолепное, фантастическое зрелище...», «это уж как решит турфирма...», «ну уж очень кусаются цены...», а также выражений от первого лица, «я считаю...», «по-моему мнению...», «мне кажется...» и др.

7. При написании работы следует использовать рекомендованную литературу, а также учебные материалы, периодические отраслевые материалы. Интернет-ресурсы рекомендуется использовать в качестве иллюстративного материала: предложения туроператоров, авиакомпаний, визовых служб и др. Прямые заимствования из рефератов или дипломных работ могут привести к использованию устаревшей или неверной информации.

8. Контрольная работа в обязательном порядке проходит проверку на «антиплагиат». Объем авторского текста работы – не менее 60-ти процентов. Этот процент может быть меньше, в случае использования правовой или нормативной научно-методической литературы.

При подборе литературы целесообразно определить те источники, которые позволят наиболее полно раскрыть тему. Основной понятийный аппарат содержится в учебниках, учебных пособиях, энциклопедиях, словарях. Дополнительную и весьма существенную ин-



формацию дают монографии, статьи, статистические сборники. Необходимо использовать как источник информации профессиональные периодические издания и интернет-источники, официальные сайты.

Изучение источников заканчивается составлением плана работы, формулировкой наиболее важных тезисов к каждому разделу плана и написанием самого текста контрольной работы.

Структурно контрольная работа состоит из следующих элементов: введение; теоретическая часть; аналитическая часть; заключение; список литературы; приложения.

Введение предназначено для обоснования актуальности темы, описания цели и задач контрольного задания, краткой характеристики объекта исследования. Объем введения не должен превышать 2-х страниц текста.

Теоретическая часть работы должна раскрывать сущность выбранной темы, здесь приводятся основные понятия и категории, рассматриваемые в рамках контрольной работы, анализируются различные точки зрения, делаются обобщения. При исследовании теоретических проблем желательно изложить собственную позицию автора работы. В теоретической части могут рассматриваться также основные закономерности развития исследуемых процессов и явлений, особенности их развития, проводится обзор предлагаемых отечественными и зарубежными авторами методик исследований и принятия управленческих решений, особенности финансово-экономической деятельности в конкретных отраслях и сферах. При необходимости теоретические положения могут быть аргументированы цифровым материалом. По тексту теоретического задания должны быть сноски на эти используемые источники. Теоретическую часть задания не следует перегружать цитатами, её объем не должен превышать 3 – 5 страниц текста.

Аналитическая часть работы должна быть более конкретной, чем теоретическая часть, детально раскрывать рассматриваемую проблему и базироваться на цифровом материале практической деятельности предприятий. В этом разделе студенту необходимо привести практические примеры из деятельности какого-либо предприятия (как правило - по основному месту работы студента-заочника) в соответствии с темой контрольной работы, приводя при необходимости расчеты и цифровой материал.

Студент в процессе выполнения контрольной работы должен проявить компетентность, эрудицию в области исследования, показать умение критически оценивать полученные результаты расчетов, выявлять недостатки, устанавливать причины сложившегося положения. В процессе анализа необходимо не столько констатировать факты, сколько выявлять причины происходящих изменений и давать количественную оценку их влияния на состояние и развитие анализируемых показателей. В аналитической части работы студент должен показать навыки обобщения информации, её обработки.

Заключение содержит в сжатой форме оценку степени выполнения задач контрольной работы, намеченных во введении. Здесь же характеризуется степень личного участия студента при проведении анализа, оценки, экономической проработке предложений, подготовке организационных и управленческих мероприятий. В заключении приводятся основные выводы, полученные в ходе выполнения практической части контрольной работы. Объем заключения не должен превышать 1 – 2 страницы текста.

Список использованной литературы оформляется в следующей последовательности: законодательные акты, нормативные документы, учебная литература. В список литературы может быть включена литература на иностранном языке, если она использовалась в процессе работы, а также источники информации, полученной в сети «Интернет». Количество использованных источников не ограничивается, но должно быть не менее 10 источников.

Приложения содержат промежуточные, информационные материалы, на основе кото-



рых выполнена теоретическая часть.

При выполнении контрольной работы следует помнить, что работа не засчитывается в том случае, если она не носит самостоятельного характера, дословно списана из литературных источников, а также, если основные вопросы не раскрыты, изложены схематично, в тексте содержатся ошибочные положения, научный аппарат оформлен не по стандарту, текст напечатан небрежно, с ошибками.

Законченная и оформленная работа сдается на проверку. Полученные в ходе проверки замечания исправляются, после чего контрольная работа засчитывается и сдается.

#### **11.4. Методические рекомендации по подготовке докладов, рефератов, презентаций**

Доклад должен состоять из введения, основной части и заключения, общим объемом 5 – 7 печатных страниц, продолжительностью не более 5– 7 минут. Презентация состоит из 5–10 слайдов.

При выборе темы реферата обучающийся составляет план, который включает введение, основную часть и заключение. План желательно согласовать с преподавателем на индивидуальной консультации.

Во *введении* обосновывается выбор данной темы с точки зрения её актуальности, излагаются цель и задачи работы, библиографическое описание вопросов темы.

В *основной части* раскрываются вопросы, которые, по мнению автора, целесообразно осветить в работе. При этом следует учитывать особенности изложения материала в рефератах репродуктивных (рефератах-конспектах и рефератах-резюме) и продуктивных (рефератах-обзорах и рефератах-докладах) и не допускать дословной переписки текстов из учебников. Реферирование предполагает интеллектуальный творческий процесс, включающий осмысление текста, аналитико-синтетическое преобразование информации и создание нового текста.

В заключении автор делает выводы по теме.

В конце работы приводится список использованных источников.

Рекомендуемая логика построения реферата: в начале следует показать значимость рассматриваемой проблемы в широком контексте, затем – в более «узком», прикладном значении. На втором этапе следует структурировать саму проблему: причины первого-второго-третьего уровня; генезис проблемы и ее последствия: близкие, ожидаемые, известные; и отдаленные, ранее не изученные. На этом этапе рекомендуем формализовать результаты с помощью таких способов, как диаграмма «средства», «связей», и их аналогов. На третьем этапе автору следует сфокусировать внимание на одной конкретной, сравнительно обособленной причине возникновения проблемы, рассмотреть ее детально, и предложить свой особый (ранее не разработанный) вариант решения. Завершая реферат, следует показать – какие последствия будет иметь предложенное автором решение, сначала в «узком», затем в «широком» контексте (это позволяет «закольцевать» тему, вернуться к началу реферата – постановке проблемы). Тематика рефератов не исчерпывается темами, приведенными в программе дисциплины. Студент вправе сформулировать собственную тему. Тема должна быть утверждена преподавателем заблаговременно, до начала выполнения работы.

Критерии оценки подготовки доклада, реферата приведены в п.8.3.

#### Список предлагаемых тем

1. Факторы, влияющие на деятельность и развитие туризма
2. Нерекламные методы продвижения турпродукта
3. Реклама турпродукта: цели и основные принципы



4. Документооборот в турфирме
5. Основные направления использования Интернета в туристской деятельности
6. Существующие системы Интернет-бронирования
7. Туроператоры как субъекты туристского рынка
8. Турагенты как субъекты туристского рынка
9. Формы сотрудничества туроператоров и принимающих компаний
10. Чартерные авиаперевозки в составе тура. Разновидности чартерных программ
11. Варианты страховых программ для туристов
12. Качество обслуживания в туроператорской деятельности
13. Сотрудничество туроператорских и турагентских компаний
14. Структура и задачи индустрии туризма
15. Взаимодействие туроператоров и авиакомпаний
16. Формы работы туроператоров с иностранными партнерами
17. Взаимодействие туроператора и предприятий гостиничной индустрии
18. Организация автотранспортного обслуживания в туризме
19. Организация водных путешествий
20. Железнодорожные перевозки в туризме
21. Паспортно-визовые формальности при организации путешествий туристов
22. Технология формирования стоимости тура
23. Использование экскурсионных услуг при организации путешествий туристов
24. Организация обслуживания туристов во время путешествия
25. Организация обслуживания туристов в турфирме

#### **11.5. Методические указания по подготовке к текущим контрольным срезам, тестированию**

В период изучения дисциплины «Туроперейтинг» проводится два контрольных среза по пройденным темам. Студенты выполняют в аудитории письменно две контрольные работы, с целью подтверждения получения в необходимом объеме теоретических знаний и практических навыков по пройденным темам дисциплины. В каждой контрольной работе студентам предлагается ответить на 3 теоретических вопроса (дать письменный ответ на вопрос, охарактеризовать процесс, явление, имеющие отношение к туроператорской деятельности). Например: письменно раскрыть деятельность Федерального агентства по туризму, охарактеризовать в письменном виде современное состояние туристского рынка в Российской Федерации, письменно раскрыть значение туроператорских компаний в туристской индустрии. Необходимо написать краткое эссе по предлагаемому заданию, используя полученные знания по изучаемой дисциплине. Эссе студента – это самостоятельная письменная работа на тему, предложенную преподавателем. Цель эссе состоит в развитии навыков самостоятельного творческого мышления и письменного изложения собственных мыслей. Писать эссе чрезвычайно полезно, поскольку это позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные категории анализа, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать понятия соответствующими примерами, аргументировать свои выводы; овладеть научным стилем речи. Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.



Помимо письменных контрольных работ для оценки достигнутого уровня знаний, полученных в процессе изучения дисциплины «Туроперейтинг» проводится тестирование. Примеры тестовых заданий приведены ниже.

Контрольный тест № 1 (каждый вопрос имеет один вариант ответа)

Вопрос	Вариант ответа
Туроператорская деятельность это:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) деятельность по формированию туристского продукта</li><li>b) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта</li><li>c) деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта</li><li>d) деятельность по реализации туристского продукта</li></ul>
Туроператорская деятельность может осуществляться:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) должностным лицом</li><li>b) физическим лицом</li><li>c) юридическим лицом</li><li>d) индивидуальным предпринимателем</li></ul>
Какие цели путешествий не относятся к определению понятия «туризм»?	<ul style="list-style-type: none"><li>a) профессионально-деловые</li><li>b) лечебно-оздоровительные</li><li>c) сезонные заработки</li><li>d) посещение родственников</li><li>e) паломничество</li></ul>
Туристом является человек:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) ушедший в воскресный день в лес для сбора грибов и вернувшийся домой к ужину</li><li>b) уехавший в другой город в командировку на один месяц</li><li>c) обучающийся в университете в Великобритании в течение трех лет</li><li>d) участвующий в однодневном автобусном туре с посещением Свято-Троицкой Сергиевой Лавры</li></ul>
Формирование туристского продукта это:	<ul style="list-style-type: none"><li>a) разработка туристского маршрута туроператором</li><li>b) определение перечня услуг, входящих в туристский продукт</li><li>c) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с поставщиками услуг, входящих в туристский продукт</li></ul>

Контрольный тест № 2(каждый вопрос имеет более одного варианта ответа)





С какими объектами профессиональной туристской деятельности имеет дело менеджер туроператорской компании в повседневной работе?	a) предприятия туристской индустрии b) информационные системы c) туристское снаряжение d) сувенирная продукция
Какие факторы влияют на туроператорскую деятельность?	a) сезонность b) состояние экономики c) состояние промышленности d) культурный потенциал
Туристская деятельность это:	a) коммерческая деятельность b) турагентская деятельность c) общественная деятельность d) туроператорская деятельность
Какие услуги обязательно входят в туристский продукт?	a) перевозка b) размещение c) питание d) экскурсионные e) страхование
Цикл работ туроператора содержит этапы:	a) определениетура b) продвижениетура c) реализациятура d) сбыттурпродукта e) тур-планирование f) тур-проектирование

Тестовые задания позволяют провести объективную оценку достигнутого уровня знаний, умений и навыков при массовой проверке. Тестовые задания, как правило, позволяют оказать стимулирующее воздействие на познавательную деятельность студентов, обеспечивают быстроту проведения контроля, могут быть использованы при обучении, самоконтроле, самоподготовке и представляют, возможность убедиться в эффективности тестирования.

Тестирование проводится в порядке очередности изучения тем учебной программы курса дисциплины. Их нужно решать на аудиторных занятиях для закрепления материала после изучения той или иной темы, или предложить студентам попробовать самостоятельно ответить на тестовые задания, для закрепления, пройденного материала. Для успешной сдачи тестов, студенту необходимо самостоятельно повторить тему, используя как лекционный материал, учебные пособия и учебники, так и нормативно-правовые акты по теме. Такая подготовка может быть успехом при работе с тестовыми заданиями.

Выбирая подходящий ответ при тестировании, студент должен внимательно прочитать вопросы с тем, чтобы ни одна деталь не осталась не учтенной, так как, может быть, именно она содержит необходимые для верного решения данные, а затем выбрать правильный вариант ответа.

Успешное выполнение тестовых заданий является необходимым условием итоговой положительной оценки в соответствии с рейтинговой системой обучения. Выполнение тестовых заданий предоставляет студентам возможность самостоятельно контролировать уровень своих знаний, обнаруживать пробелы в знаниях и принимать меры по их ликвидации.



Форма изложения тестовых заданий позволяет закрепить и восстановить в памяти пройденный материал. Тестовые задания охватывают основные вопросы по дисциплине. У студента есть возможность выбора правильного ответа или нескольких правильных ответов из числа предложенных вариантов. Для выполнения тестовых заданий студенты должны изучить лекционный материал по теме, соответствующие разделы учебников, учебных пособий и других источников.

Контрольный тест выполняется студентами самостоятельно во время семинарских занятий. Студент имеет возможность самостоятельно в режиме обучения готовиться к тестированию. Оценка за тест от 10 до 50 баллов включается в общий балл за работу на семинарских занятиях.

## **12. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

1. Обмен информацией между институтом и внешней средой осуществляется посредством технических возможностей, которые представляют локальные сети, выход в Интернет, электронная почта. Сеть института подключена к Интернет-провайдеру «Ростелеком», который представляет возможность обмена данными со скоростью 30 Мбит/с. В локальной сети института находится более 40 точек доступа Wi-Fi для студентов и сотрудников института. Локальная сеть объединяет более 335 персональных компьютеров, 27 мультимедийных аудиторий, оборудованных вычислительной техникой, проекторами, мультимедийными досками и аудиоустройствами, информационно-тренинговый центр в составе 15-ти компьютерных классов и компьютеризированный читальный зал.

2. Локальная внутренняя сеть института дает возможность подразделениям института пользоваться электронными ресурсами библиотеки на своих автоматизированных рабочих местах, а студентам – в компьютерных классах и читальном зале. Электронная библиотечная система МГИИТ позволяет обеспечить:

- формирование и организацию фонда учебно-методической литературы;
- библиотечное и информационно-библиографическое обслуживание читателей;
- компьютеризацию библиотечно-библиографических процессов;
- методическое и информационное обеспечение образовательного процесса.

3. В Институте сформирован и программно-реализован «Электронный банк заданий для самостоятельной работы студентов заочной и очно-заочной форм обучения в межсессионный период».

4. В образовательном процессе используются информационные базы данных туристических порталов, приведенных ниже.

### Туристические порталы

<b>Название</b>	<b>Описание</b>
«100 Дорог» – информационный портал о туризме	Специализация сайта: рассказы и отзывы туристов, клубное общение единомышленников-путешественников.
«Айда.ру» – отзывы и рассказы туристов о курортах и отелях	Сайт специализируется на отзывах и рейтингах отелей.
«Dreamvoyage.Ru» – города и страны мира	Описание городов и достопримечательностей, отзывы туристов.
«ETUR.RU» – эксперты	Подбор публикаций квалифицированных экспертов по раз-



по странам	ным странам, ответы на вопросы туристов.
«Ехать!» – поисковая туристическая система	Система поиска и бронирования туров, которая позволяет продающим менеджерам туристических агентств найти лучший тур по запросу клиента за 1 минуту. Система содержит электронный каталог, состоящий из более, чем 33 000 отелей по России и всему миру, из них около 15000 – с описанием; туры, спец-предложения и stopsales от сотен туроператоров с вылетами из крупнейших аэропортов России.
«Поедем.ru» – портал путешественников	Поедем.ru – интернет-портал. В рамках партнерской программы сайт предлагает размещение контактной информации о туроператорах и турагентах в разделе «ОФИСЫ ПРОДАЖ».
«Поиск Туров Ру» визы, туры, турфирмы, посольства	Оформление виз. База посольств в Москве и РФ. Предложения по турам. Форум по визам и турам.
«ПланетаДорог» – энциклопедия автопутешествий	Энциклопедия автопутешествий: готовые маршруты, путеводители, интерактивные карты автомобильных дорог, форум для автопутешественников. Фотоотчеты о поездках.
«Svali.RU» – рекламно-информационный туристический портал	Рекламно-информационный портал
«TopHotels» – ресурс по рейтингам и отзывам об отелях	Один из наиболее авторитетных ресурсов по рейтингам отелей и по отзывам об отелях. На портале собрана интересная страноведческая информация по странам, путеводители, каталог отелей.
«TOPTRAVEL.RU» – портал о туризме	На сайте публикуются лучшие спец-предложения туроператоров с вылетом из Москвы и более, чем 25 регионов России: горящие путевки, и туры, сформированные на основе предоставляемых отелями скидок, предложения по акциям раннего бронирования, горящие авиабилеты на чартерные и регулярные рейсы.
«ТурДис» – Горящие туры из Москвы и регионов, спецпредложения туроператоров	Самый популярный профессиональный туристический ресурс, знаменитый своим форумом. Профессиональным работникам туризма предоставляет площадку для квалифицированного общения, туристам – информацию о реально горящих турах и авиабилетах.
«TourDom.ru» – профессиональный туристический ресурс ИС «БАНКО»	Это сайт информационной службы «Банко», располагающий актуальной информацией по туристическому рынку.
«GISMETEО. Туризм» – туристический портал	Рекламная «дочка» метеорологического проекта Gismeteo, находится под единым руководством с проектами Votpusk.ru и Otzyv.ru.
«Сайт Винского»- travel.awd.ru – форум и советы для самостоятельных путешественников	Место общения тех, кто в своих поездках игнорирует услуги турфирм, а рассчитывает лишь на собственные силы. Знаменит своим форумом, где много информации и нет строгости к вольному изложению своих мыслей.



«Путешествия@Mail.ru» – проект MAIL.RU	Один их многочисленных разделов MAIL.RU. Как и во всех остальных разделах системы, много информации и много случайного мусора – при заведомо профессиональной разработке всех сервисов.
«Travel.ru» – сервер туризма и путешествий	База туров: предложения турагентств РФ и других стран, горящие туры, визы, страховка, авиабилеты и пр. «Архив путешественника» – энциклопедия стран мира.
«TravelPlanet.ru» – туристический портал	Туристический портал с системой поиска отелей, горящими турами, предложениями отдыха, отзывами об отелях и гостиницах.
«TURGID.RU» – мир путешествий Новости туризма.	Проект компании Интернет-Бюро «Фортуна». Портал создан и для туристов, и для турфирм, которые могут продавать туры на сайте благодаря постоянно обновляемой базе от туроператоров.
«Tulist.rbc.ru» – медиа-портал о путешествиях, проект РБК	Структурно входит в «информационную империю» РосБизнесКонсалтинг. Добротный сделанный и достаточно посещаемый ресурс.
«Turizm.ru» – каталог путешествий	Система поиска и заказа туров, авиабилетов, отелей, виз. Горящие путевки. Справочная информация о странах, отелях, турфирмах. Расписание поездов по странам СНГ. Отзывы туристов. Форум о туризме.
«В Отпуск.ру» – туристический портал	База предложений туров, путевок, билетов, услуг по оформлению паспортов и виз. Анонсы турфирм. Путеводитель в мире путешествий: новости, полезные советы, сведения о странах мира и др.

### **13. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база осуществления образовательного процесса по дисциплине:

1. учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории;

2. оборудование для проведения лекций, семинаров, практических занятий: мультимедийный проектор, персональные компьютеры, периферийные устройства (принтеры, сканеры), средства коммуникации и связи (модемы, сетевые платы), средства оргтехники (ксероксы, факсы, МФУ);

3. для проведения аудиторных занятий предлагаются наборы учебно-наглядных пособий, тематических иллюстраций, соответствующих рабочей программе дисциплины и тематики занятия;

4. рабочее место преподавателя оборудованное компьютерным столом, компьютером с доступом в Интернет и мультимедийным оборудованием;

5. помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду института.