



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины **Технология и организация туроператорской деятельности**
специальность 43.02.10 Туризм
факультет туристского сервиса
форма обучения очная, цикл дисциплин ПМ.03 МДК 03.01

Всего учебных занятий	168
в том числе:	
<i>аудиторных</i>	116
из них:	
лекций	52
практических	64
<i>самостоятельных</i>	52
Отчетность	
Курсовой проект	5 семестр
Экзамен	5 семестр



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 2 из 15

Рабочая программа составлена на основании ФГОС СПО и учебного плана МГИИТ на кафедре туризма факультета туризма и гостеприимства

Составитель рабочей учебной программы:

Старший преподаватель И.Б. Макаров

УТВЕРЖДЕНО на заседании кафедры туризма

Протокол заседания от «30» августа 2016 г. № 1

Заведующий кафедрой Г. Н. Кутепова

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета туристского сервиса Т. Г. Пахомова

Руководитель Центра менеджмента качества Е.А. Шкабура

Начальник методического отдела Е.В. Яковлева



1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью учебной дисциплины является формирование общих и профессиональных компетенций обучающихся, характеризующих этапы освоения образовательной программы.

Задачи дисциплины – приобретение знаний, умений и навыков, обеспечивающих достижение планируемых результатов по виду деятельности: предоставление туроператорских услуг.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ СПССЗ

В структуре программы подготовки специалистов среднего звена учебная дисциплина «Технология и организация туроператорской деятельности» относится к профессиональному циклу, профессиональному модулю ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг и входит в состав междисциплинарного комплекса МДК.03.01.

Содержательно дисциплина закладывает основы знаний и умений для освоения последующих дисциплин: «Международный туризм и туристское страноведение», «Технологии и организация видов туризма», а так же успешного прохождения производственной практики.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях;
ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий;
ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности;
ПК 3.2. Формировать туристский продукт;
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен *знать*:

- методы работы с базами данных;
- методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
- планирование программ турпоездов;
- основные правила и методику составления программ туров;
- правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
- способы устранения проблем, возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
- правила бронирования туров;
- методику организации рекламных туров;
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
- основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
- технику проведения рекламной кампании;



- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов; техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
- специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами;

уметь:

- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
- работать с информационными и справочными материалами;
- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
- составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам; оформлять страховые полисы;
- вести документооборот с использованием информационных технологий;
- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; работать с агентскими договорами;
- использовать каталоги и ценовые приложения;
- консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
- работать с заявками на бронирование туров;
- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
- использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;

иметь практический опыт:

- проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам;
- планирования программ турпоездок, составления программ тура и турпакета; предоставления сопутствующих услуг;
- решения проблем, возникающих на маршруте;
- расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта;
- взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Вид учебной работы	Всего часов
Аудиторные занятия (всего)	116
В том числе:	
– лекции	52
– практические и семинарские занятия	64
Самостоятельная работа студентов – всего	52



– в том числе:	
– курсовая работа (проект)	10
– подготовка сообщений, докладов, рефератов	10
– решение ситуационных задач, контрольных заданий	10
– подготовка к интерактивным занятиям, деловым играм	10
– работа с литературой, источниками сети интернет	12
Общая трудоемкость часов	168
Вид промежуточной аттестации	Экзамен

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание разделов дисциплины

Теоретический курс

Раздел 1. Подготовительный этап деятельности туроператора

Тема 1.1. 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. Особенности российского туристского продукта. Виды предлагаемых и реализуемых программ.

Тема 1.2. 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 1.3. Классификация видов туризма

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

Тема 1.4. Факторы, влияющие на деятельность и развитие туризма

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

Раздел 2. Формирование турпродукта

Тема 2.1. Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта. Роль туроператорских и турагентских фирм в создании туристского продукта

Туристские услуги: основные, дополнительные, сопутствующие. Туристский рынок: участники, понятия и особенности, обуславливающие необходимость деятельности профессиональных организаторов туризма. Туроператорские и турагентские предприятия, как субъекты туристского рынка – их роль в создании и продвижении турпродукта. Инициативный и рецептивный туроператор. Схема продвижения турпродукта.

Тема 2.2. Создание привлекательного туристского продукта. Проектирование тура

Классы обслуживания. Пакет услуг. Заказные туры. Инклюзив-туры. Индивидуальные и групповые туры. Классификация и разработка туристских маршрутов. Основные параметры и условия, формирующие образ территорий, привлекательный для организации туризма



(безопасность, уровень сервиса, насыщенность туристскими объектами, состояние объектов, состояние инфраструктуры). Имидж территории. Особенности проектирования туров с учетом социально-психологических особенностей туристов. Национальные праздники как основа анимационных программ в экскурсионном и других видах туризма. Программа обслуживания. Расчет стоимости тура. Формирование туров.

Тема 2.3. Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения

Взаимоотношения с предприятиями гостиничной индустрии. Классификация и категоричность средств размещения с учётом специфики той или иной страны. Формы сотрудничества. Разовые заявки, комитмент, элотмент, безотзывное бронирование, повышенная комиссия, приоритетное бронирование. Аренда гостиничного предприятия, апартаментов, др. средств размещения.

Взаимоотношения с предприятиями индустрии питания. Организация питания во время путешествия и отдыха. Организация питания туристов за рубежом.

Тема 2.4. Сотрудничество туроператоров и перевозчиков

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

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

Услуги, оказываемые meet-компаниями. Контроль качества обслуживания и способы его регулирования. Права и обязанности сторон. Виды взаиморасчетов. Организация и работа представительств туристских компаний за рубежом.

Тема 11. Страхование российских туристов, выезжающих за рубеж

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-визовое обеспечение туристов

Правила выезда с территории РФ. Оформление и получение заграничного паспорта, визы (при необходимости). 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. Таможенные формальности. Прием иностранных туристов. Санитарно-эпидемиологические требования.

Раздел 3. Продвижение турпродукта. Формы и каналы сбыта

Тема 13. Основные формы продажи турпродукта

Принципы формирования сбытовой сети. Разновидности схемы рыночных каналов продвижения турпродукта. Подбор партнеров по сбыту. Агентское соглашение.

Тема 14. Использование Интернета и электронных систем для организации туров за рубеж и для продвижения турпродукта

Использование Интернет-сайтов и электронных систем для бронирования железнодо-



рожных 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 турпродукта: 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. Участие 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. Профессиональная этика работников турфирмы. Необходимость формирования коммуникативных навыков.

Тема 19. Партнерские взаимоотношения в туристической индустрии

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

Раздел 4. Документационное сопровождение туроператорской и турагентской деятельности

Тема 20. Документооборот в туристической фирме

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, с партнерами.

5.2. Распределение часов по темам и видам занятий

Названия разделов и тем	Виды учебных занятий			СРС	ВСЕ-ГО
	Аудиторные занятия				
	Лекции	практ. занятия, семинары	интер. занятия		
1.1. Международный туристский рынок	2	2		2	6
1.2. Основы туристской деятельности в Российской Федерации	4	4		2	10
1.3. Классификация видов туризма	2	2		2	6
1.4. Факторы, влияющие на деятельность и развитие туризма	4	4		2	10



2.1. Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта.	2	2		2	6
2.2. Создание привлекательного туристского продукта. Проектирование тура	4	4		4	12
2.3. Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения	2	2		2	6
2.4. Сотрудничество туроператоров и перевозчиков	4	4		2	10
2.5. Сотрудничество туроператоров и экскурсионных компаний	2	2		4	8
2.6. Взаимодействие туроператоров с принимающими компаниями	4	4		2	10
2.7. Страхование российских туристов, выезжающих за рубеж	2	2		2	6
2.8. Паспортно-визовое обеспечение туристов	2	4		2	8
3.1. Основные формы продажи турпродукта	2	2		4	8
3.2. Использование Интернета и электронных систем для организации туров за рубеж и для продвижения турпродукта	2	4		2	8
3.3. Реклама турпродукта: цели и основные принципы	2	2		2	6
3.4. Нерекламные методы продвижения турпродукта.	2	4		4	10
3.5. Каталог туроператора. Участие в выставках	2	2		2	6
3.6. Организация обслуживания туристов	2	4		2	8
3.7. Партнерские взаимоотношения в туристской индустрии	2	2		4	8
4.1. Документооборот в туристской фирме	2	4		2	8
Курсовая работа по тематике разделов 1-4	2	4		2	8
ИТОГО	52	64	–	52	168

6. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Интерактивные занятия не предусмотрены образовательной программой.

7. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕМ И ЗАДАНИЙ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

1. Особенности формирования и продвижения туров по России на примере разработки маршрута для граждан РФ (маршрут и вид туризма – по выбору студента)
2. Особенности формирования и продвижения туров по России на примере разработки маршрута для иностранных граждан (маршрут и вид туризма – по выбору студента)
3. Особенности формирования и продвижения выездных туров на примере разработки маршрута (направление и вид туризма – по выбору студента)



4. Разработка предложений по использованию железнодорожных перевозок в туристической деятельности
5. Особенности организации автотранспортного обслуживания в туристской деятельности
6. Разработка предложений по использованию водного транспорта в современной туроператорской деятельности
7. Особенности взаимодействия туроператоров и авиакомпаний – разработка предложений для внутреннего туроперейтинга

7.2. Темы рефератов

Написание рефератов не предусмотрено образовательной программой.

7.3. Контрольные работы

Контрольная работа №1 – тест по темам раздела «Реализация турпродукта, формы и каналы сбыта»: студент должен выбрать из вариантов ответов на поставленные вопросы один правильный. Результат тестирования оценивается по процентному соотношению правильных ответов к общему количеству вопросов: 75-100% – отлично, 50-74% – хорошо, 30-49% – удовлетворительно, менее 30% - неудовлетворительно.

Контрольная работа №2 – тест по темам раздела «Работа с индивидуальным клиентом и турагентом»: студент должен выбрать из вариантов ответов на поставленные вопросы несколько правильных. Результат тестирования оценивается по процентному соотношению правильных ответов к общему количеству вопросов: 75-100% – отлично, 50-74% – хорошо, 30-49% – удовлетворительно, менее 30% - неудовлетворительно.

7.4. Подготовка к семинарским занятиям

Семинар №1, тема: Создание привлекательного туристского продукта. Проектирование тура

Форма проведения семинара: семинар проходит в форме дискуссии.

Краткое содержание (цель) занятия: студент должен получить представление о туроператорской деятельности на этапе проектирования тура.

План занятия:

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

- проанализировать;
- выбрать одну из программ и мотивировать свой выбор;
- сделать расчет стоимости;
- доложить перед аудиторией о проделанной работе;
- ответить на вопросы преподавателя и студентов.

Вопросы к теме:

1. Что такое проектирование тура?
2. Как называется организации и предприятия, участвующие в обслуживании туристов на маршруте тура?
3. Какова мера ответственности туроператора за обслуживание туристов на маршруте тура?

Предварительная подготовка студентов:

Перед семинаром 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.

Рекомендуемая литература и источники: [2]



Семинар №2, тема: Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения
Краткое содержание (цель) занятия: получение представления об особенностях выбора
возможных вариантов взаимодействия с поставщиками услуг размещения.

Форма проведения семинара: семинар проходит в форме дискуссии.

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;
- доложить перед аудиторией о проделанной работе;
- ответить на вопросы преподавателя и студентов.

Вопросы к теме:

1. Что такое аренда отеля?
2. Какие виды средств размещения предлагают туроператоры при организации пу-
тешествий?
3. Какие варианты классификации средств размещения по уровню комфорта Вы зна-
ете?
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 ко-
митмента.
9. Порядок взаимодействия ТО и отеля при работе на условиях безотзывного
бронирования..
10. Порядок взаимодействия ТО и отеля при покупке блока мест на условиях
элотмента.
11. Критерии определения размера скидки при заключении договора ТО с предприя-
тием размещения.

Рекомендуемая литература и источники: [2,6]

Семинар №3, тема: Сотрудничество туроператоров и перевозчиков

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 мотивиро-
вать свой выбор;
- доложить перед аудиторией о проделанной работе;



– ответить на вопросы преподавателя и студентов.

Рекомендуемая литература и источники: [5, 9]

Вопросы к теме:

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.

Семинар №4, тема: Основные формы продажи турпродукта

Цель 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.

Вопросы к теме:

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?



Семинар №5, тема: Каталог туроператора. Участие в выставках
Цель занятия – приобретение начальных навыков поиска информации по туру с помощью каталогов.

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.

Семинар может быть проведен на очередной осенней выставке «Отдых» с написанием отчета о посещении с использованием теоретических знаний, полученных на лекциях и по вопросам к теме:

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.

8. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКИ

а) нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 года №132-ФЗ (в редакции от 03.05.2012)

б) основная литература

2. Игнатъева И.Ф. Организация туристской деятельности: учебное пособие. – СПб.: Питер, 2015. – 448 с.

в) дополнительная литература:

3. Дурович А.П. Организация туризма. – СПб.: Питер, 2009. – 320 с.
4. Черных Н.Б. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов. – М.: Советский спорт, 2008. – 104 с.
5. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. М., 2006. – 320 с.
6. Ушаков Д.С. Прикладной туроперейтинг. – М.-Ростов н/Д.: Издательский центр «МарТ», 2006. – 416 с.
7. Черных Н.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. - М.: Советский спорт, 2005 – 416 с.

г) ресурсы сети «Интернет»

8. Сайт Федерального агентства по туризму www.russiatourism.ru
9. Системы поиска туров www.sletat.ru , www.tury.ru , www.exat.ru .
10. Сайты туроператоров и турагентств.

д) методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11. Методические указания по работе с литературой, источниками сети Интернет / Е.В. Копытина. – М.: электронная библиотека МГИИТ. – 2014.



9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) перечень оборудования:

– аудитория, обеспеченная компьютером и мультимедийным проектором (обеспечение презентаций лекций и самостоятельных разработок студентов).

б) учебно-методические материалы, средства обучения:

– компьютерный класс, оборудованный средствами оргтехники, персональными компьютерами, объединенными в сеть, с выходом в Интернет для проведения самостоятельной работы студентов.

в) перечень информационных технологий:

– установленное лицензионное программное обеспечение.

10. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Фонд оценочных средств выполнен в виде отдельного приложения к рабочей учебной программе.

10.1. Примерные вопросы к экзамену

1. Факторы внешней среды, влияющие на осуществление туристской деятельности
2. Индустрия туризма: современное состояние и перспективы развития
3. Основные субъекты туристского рынка
4. Туристский продукт: определение, содержание. Основные потребительские свойства туристского продукта
5. Основные и дополнительные услуги в составе тура
6. Классы обслуживания в туризме
7. Функции туроператора
8. Профиль работы туроператора
9. Виды туроператоров. Инициативный и рецептивный туроперейтинг. Схемы работы инициативного туроператора
10. Формы и особенности работы выездного туроператора
11. Особенности работы туроператора на въездном и внутреннем направлениях
12. Условия осуществления туроператорской деятельности в Российской Федерации. Финансовые гарантии туроператора
13. Условия формирования, продвижения и реализации туристского продукта
14. Групповой туризм. Особенности, достоинства и недостатки.
15. Преимущества и недостатки инклюзив-туров
16. Цели и критерии классификации видов туризма
17. Цели и методы определения потребностей целевой аудитории
18. Цикл работы туроператора. Этапы цикла работы туроператора
19. Проектирование тура как технологический этап работы туроператора
20. Планирование тура. Идентификация поставщиков услуг
21. Переговоры с поставщиками услуг. Принципы и правила заключения договоров с поставщиками услуг
22. Сотрудничество туроператора и иностранных meet-компаний
23. Формы сотрудничества туроператора и предприятий размещения
24. Формы сотрудничества туроператора и авиаперевозчика
25. Взаимодействие туроператора и железных дорог
26. Взаимоотношения туроператора и автотранспортных предприятий



27. Взаимоотношения туроператора и судовладельцев
28. Взаимоотношения туроператора и экскурсионных компаний
29. Особенности страхования туристов. Виды страховых программ
30. Визовая поддержка российских туристов
31. Обеспечение визовой поддержки иностранных туристов
32. Виды документооборота в туроператорской компании.
33. Туристская путевка. Туристский ваучер. Условия применения.
34. Турагенты и туроператоры: основные функции и специфика деятельности
35. Взаимодействие туроператора и партнёров по сбыту
36. Сбытовая сеть туроператора. Разновидности и методы формирования.
37. Стратегии продвижения турпродукта
38. Разновидности и методы рекламы турпродукта. PR-акции, как метод продвижения турпродукта
39. Каталог туроператора: назначение, содержание и основные требования
40. Выставочная деятельность туроператорских компаний
41. Контроль качества предоставляемых услуг. Ответственность туроператора по предоставлению услуг, входящих в туристский продукт.
42. Конфликты в туроператорской деятельности. Работа с претензиями.

10.2. Критерии оценки уровня освоения дисциплины

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	балл (отметка)	вербальный аналог
90-100	5	отлично
75-89	4	хорошо
60-74	3	удовлетворительно
менее 60	2	неудовлетворительно

10.3. Показатели контроля и оценки результатов освоения компетенций

Формируемые компетенции	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях	умение эффективно общаться и взаимодействовать со всеми участниками учебно-воспитательного процесса	оценка деятельности студента на практическом интерактивном занятии
ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	умение распределять роли и выполнять порученную работу в команде	оценка деятельности студента на практическом интерактивном занятии
ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий	умение эффективно общаться и взаимодействовать со всеми участниками учебно-воспитательного процесса	экспертное наблюдение и оценка коммуникативности студента
ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности	умение проводить поиск необходимой информации	экспертное наблюдение, оценка деятельности студента на практическом занятии



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 15 из 15

ПК 3.2. Формировать туристский продукт	знать основные правила и методику составления программ туров, принципы взаимодействия туроператора и поставщиков услуг	оценка деятельности студента на практическом интерактивном занятии, результат защиты курсовой работы, ответ на экзамене
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	знать методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	оценка деятельности студента на практическом занятии