Министерство образования Самарской области

АССОЦИАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "ИНСТИТУТ НАПРАВО.РУ"

УТВЕРЖДЕНО
Приказ Директора
от 04.08.2025г. № 028/5/с

Воробьев К.А.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Предоставление туроператорских и турагентских услуг

Специальность 43.02.16
Туризм и гостеприимство

Квалификация: специалист по туризму и гостеприимству
Очная форма обучения
На базе основного общего образования
Срок получения образования: 2 года 10 месяцев

Тольятти, 2025г.

1. Паспорт фонда оценочных средств

ПМ.02 Предоставление туроператорских и турагентских услуг. Фонд обеспечивает текущий контроль по междисциплинарным курсам, проверку результатов практик и экзамен по профессиональному модулю.

Показатель	Часы
Общий объём	540
Учебные занятия и практики	458
Самостоятельная работа	64
Промежуточная аттестация	18
Обязательная часть	440
Вариативная часть	100

Основание разработки: Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 12.12.2022 № 1100 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство» с изменениями от 03.07.2024 № 464.

2. Проверяемые результаты

Код	Планируемый результат
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учётом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.
ПК 2.1	Оформлять и обрабатывать заказы клиентов.
ПК 2.2	Координировать работу по реализации заказа.

3. Соответствие оценочных материалов рабочим программам

Компонент	Практическое задание	Проверяемый продукт
МДК.02.01 Предоставление туроператорских услуг	Формирование туристского продукта	Разработайте программу по времени, перечень поставщиков и критерии их выбора, калькуляцию по данным расчётного задания, пакет документов для передачи турагенту.
МДК.02.02 Предоставление турагентских услуг	Подбор и продажа туристского продукта	Выявите потребности, подготовьте сравнительное предложение, обоснуйте выбор, оформите заявку и перечень информации, предоставляемой до заключения договора.
МДК.02.03 Координация качества выполнения турагентских услуг	Контроль качества реализации заказа	Составьте лист контроля заказа, оцените изменение программы, подготовьте согласование с клиентом и поставщиками, зафиксируйте решение и порядок перерасчёта.
МДК.02.04 Организация сопровождения туристов и экскурсантов	Организация сопровождения группы	Опишите действия сопровождающего, порядок связи и проверки состава группы, информирование ответственных и корректировку времени. Подготовьте памятку участнику.

Условия допуска к экзамену: освоение междисциплинарных курсов и практик, выполнение обязательных учебных работ. Оценка за практику подтверждается дневником, отчётом, характеристикой и результатом выполнения индивидуального задания.

4. Условия выполнения

Рабочее место: компьютер с текстовым редактором и электронной таблицей, справочные материалы, формы туристских документов, средства демонстрации. Время комплексного практического задания — 90 минут; устный ответ — до 15 минут. Подготовка и организация процедур проводятся в пределах часов аттестации учебного плана. Числовые условия заданий являются учебными.

МДК.02.01 Предоставление туроператорских услуг

Практическое задание. Формирование туристского продукта

Исходные данные: Требуется двухдневный культурно-познавательный тур Тольятти — Самара для 18 взрослых туристов. Начало в 09:00 первого дня, возвращение до 19:00 второго дня. Переезд в одну сторону занимает 2 часа; на посещение каждого объекта отводится не менее 1 часа.

Задание: Разработайте программу по времени, перечень поставщиков и критерии их выбора, калькуляцию по данным расчётного задания, пакет документов для передачи турагенту.

Требования к представляемому результату

Представьте заполненные документы, таблицы или схему действий с пояснением принятых решений. Укажите исходные данные, выполненные расчёты, выявленные ограничения и порядок проверки результата.

Эталонные признаки решения

Переезды и посещения совместимы по времени; есть время питания и отдыха; услуги определены однозначно; расчёты воспроизводимы.

Уточняющая ситуация

После подготовки решения изменяется численность группы: на два участника больше, чем в исходном условии. Определите, какие документы, расчёты, ограничения вместимости и меры сопровождения необходимо пересмотреть. Если численность в задании не задана, используйте группу из 14 человек.

Проверка уточняющей ситуации

Пересматриваются все зависимые показатели; постоянные затраты отделены от затрат на одного участника. Проверены вместимость транспорта, размещения и объектов посещения, состав группы, потребность в сопровождении, сроки подтверждения и согласование изменений.

Критерии задания

Показатель	Баллы	Признак полного выполнения
Правильность профессионального решения	40	Переезды и посещения совместимы по времени; есть время питания и отдыха; услуги определены однозначно; расчёты воспроизводимы.
Полнота обязательных действий	30	Все требуемые документы и действия представлены; взаимосвязи прослеживаются.
Обоснование и проверка	20	Решение объяснено; расчёты и исходные сведения проверены.
Оформление и деловая коммуникация	10	Документы читаемы, последовательны и не содержат противоречий.

Вопросы для собеседования

1. Какие сведения необходимо уточнить до начала выполнения заказа?

2. Какие документы подтверждают согласование решения?

3. Какие ограничения влияют на выбранный вариант?

4. Как проверяется правильность результата?

5. Как изменится решение при изменении численности или сроков?

6. Какие действия необходимы при обнаружении ошибки или риска безопасности?

МДК.02.02 Предоставление турагентских услуг

Практическое задание. Подбор и продажа туристского продукта

Исходные данные: Семья из двух взрослых выбирает двухдневный тур. Вариант А — 14000 руб. за двоих, размещение в центре, две экскурсии; вариант Б — 12500 руб., размещение за городом, одна экскурсия и дополнительный переезд 40 минут. Максимальный бюджет — 15000 руб.; приоритет — пешая доступность объектов.

Задание: Выявите потребности, подготовьте сравнительное предложение, обоснуйте выбор, оформите заявку и перечень информации, предоставляемой до заключения договора.

Требования к представляемому результату

Представьте заполненные документы, таблицы или схему действий с пояснением принятых решений. Укажите исходные данные, выполненные расчёты, выявленные ограничения и порядок проверки результата.

Эталонные признаки решения

Выбор отвечает приоритетам клиента; сравнивается полный состав услуг; дополнительные расходы не скрыты; заявка соответствует предложению.

Уточняющая ситуация

После подготовки решения изменяется численность группы: на два участника больше, чем в исходном условии. Определите, какие документы, расчёты, ограничения вместимости и меры сопровождения необходимо пересмотреть. Если численность в задании не задана, используйте группу из 14 человек.

Проверка уточняющей ситуации

Пересматриваются все зависимые показатели; постоянные затраты отделены от затрат на одного участника. Проверены вместимость транспорта, размещения и объектов посещения, состав группы, потребность в сопровождении, сроки подтверждения и согласование изменений.

Критерии задания

Показатель	Баллы	Признак полного выполнения
Правильность профессионального решения	40	Выбор отвечает приоритетам клиента; сравнивается полный состав услуг; дополнительные расходы не скрыты; заявка соответствует предложению.
Полнота обязательных действий	30	Все требуемые документы и действия представлены; взаимосвязи прослеживаются.
Обоснование и проверка	20	Решение объяснено; расчёты и исходные сведения проверены.
Оформление и деловая коммуникация	10	Документы читаемы, последовательны и не содержат противоречий.

Вопросы для собеседования

1. Какие сведения необходимо уточнить до начала выполнения заказа?

2. Какие документы подтверждают согласование решения?

3. Какие ограничения влияют на выбранный вариант?

4. Как проверяется правильность результата?

5. Как изменится решение при изменении численности или сроков?

6. Какие действия необходимы при обнаружении ошибки или риска безопасности?

МДК.02.03 Координация качества выполнения турагентских услуг

Практическое задание. Контроль качества реализации заказа

Исходные данные: По заказу подтверждены транспорт, размещение и две экскурсии. За сутки до начала поставщик сообщает об отмене второй экскурсии. Альтернатива равной продолжительности доступна на 1 час позже; стоимость отличается на 200 руб. на туриста.

Задание: Составьте лист контроля заказа, оцените изменение программы, подготовьте согласование с клиентом и поставщиками, зафиксируйте решение и порядок перерасчёта.

Требования к представляемому результату

Представьте заполненные документы, таблицы или схему действий с пояснением принятых решений. Укажите исходные данные, выполненные расчёты, выявленные ограничения и порядок проверки результата.

Эталонные признаки решения

Выявлены затронутые услуги и сроки; изменение не выдаётся за согласованное; расчёт разницы корректен; история решений прослеживается.

Уточняющая ситуация

После подготовки решения изменяется численность группы: на два участника больше, чем в исходном условии. Определите, какие документы, расчёты, ограничения вместимости и меры сопровождения необходимо пересмотреть. Если численность в задании не задана, используйте группу из 14 человек.

Проверка уточняющей ситуации

Пересматриваются все зависимые показатели; постоянные затраты отделены от затрат на одного участника. Проверены вместимость транспорта, размещения и объектов посещения, состав группы, потребность в сопровождении, сроки подтверждения и согласование изменений.

Критерии задания

Показатель	Баллы	Признак полного выполнения
Правильность профессионального решения	40	Выявлены затронутые услуги и сроки; изменение не выдаётся за согласованное; расчёт разницы корректен; история решений прослеживается.
Полнота обязательных действий	30	Все требуемые документы и действия представлены; взаимосвязи прослеживаются.
Обоснование и проверка	20	Решение объяснено; расчёты и исходные сведения проверены.
Оформление и деловая коммуникация	10	Документы читаемы, последовательны и не содержат противоречий.

Вопросы для собеседования

1. Какие сведения необходимо уточнить до начала выполнения заказа?

2. Какие документы подтверждают согласование решения?

3. Какие ограничения влияют на выбранный вариант?

4. Как проверяется правильность результата?

5. Как изменится решение при изменении численности или сроков?

6. Какие действия необходимы при обнаружении ошибки или риска безопасности?

МДК.02.04 Организация сопровождения туристов и экскурсантов

Практическое задание. Организация сопровождения группы

Исходные данные: Группа из 18 человек следует по городскому маршруту. Один турист отстал у музея; связь по телефону доступна. До отправления транспорта 20 минут. На маршруте нет технически сложных природных препятствий.

Задание: Опишите действия сопровождающего, порядок связи и проверки состава группы, информирование ответственных и корректировку времени. Подготовьте памятку участнику.

Требования к представляемому результату

Представьте заполненные документы, таблицы или схему действий с пояснением принятых решений. Укажите исходные данные, выполненные расчёты, выявленные ограничения и порядок проверки результата.

Эталонные признаки решения

Группа остаётся под контролем; организован безопасный поиск и связь; решение не создаёт новых рисков; действия и изменения фиксируются.

Уточняющая ситуация

После подготовки решения изменяется численность группы: на два участника больше, чем в исходном условии. Определите, какие документы, расчёты, ограничения вместимости и меры сопровождения необходимо пересмотреть. Если численность в задании не задана, используйте группу из 14 человек.

Проверка уточняющей ситуации

Пересматриваются все зависимые показатели; постоянные затраты отделены от затрат на одного участника. Проверены вместимость транспорта, размещения и объектов посещения, состав группы, потребность в сопровождении, сроки подтверждения и согласование изменений.

Критерии задания

Показатель	Баллы	Признак полного выполнения
Правильность профессионального решения	40	Группа остаётся под контролем; организован безопасный поиск и связь; решение не создаёт новых рисков; действия и изменения фиксируются.
Полнота обязательных действий	30	Все требуемые документы и действия представлены; взаимосвязи прослеживаются.
Обоснование и проверка	20	Решение объяснено; расчёты и исходные сведения проверены.
Оформление и деловая коммуникация	10	Документы читаемы, последовательны и не содержат противоречий.

Вопросы для собеседования

1. Какие сведения необходимо уточнить до начала выполнения заказа?

2. Какие документы подтверждают согласование решения?

3. Какие ограничения влияют на выбранный вариант?

4. Как проверяется правильность результата?

5. Как изменится решение при изменении численности или сроков?

6. Какие действия необходимы при обнаружении ошибки или риска безопасности?

5. Экзамен по профессиональному модулю

Экзаменационное задание объединяет действия по входящим в модуль междисциплинарным курсам. Обучающийся получает исходную ситуацию, комплект необходимых данных и бланки документов. Экзаменатор выбирает один из вариантов и фиксирует использованные условия.

Вариант 1

Требуется двухдневный культурно-познавательный тур Тольятти — Самара для 18 взрослых туристов. Начало в 09:00 первого дня, возвращение до 19:00 второго дня. Переезд в одну сторону занимает 2 часа; на посещение каждого объекта отводится не менее 1 часа.

Разработайте программу по времени, перечень поставщиков и критерии их выбора, калькуляцию по данным расчётного задания, пакет документов для передачи турагенту.

Дополнительное условие: срок начала обслуживания перенесён на один час; требуется сохранить выполнимость программы.

Проверяемый результат: Переезды и посещения совместимы по времени; есть время питания и отдыха; услуги определены однозначно; расчёты воспроизводимы.

Вариант 2

Семья из двух взрослых выбирает двухдневный тур. Вариант А — 14000 руб. за двоих, размещение в центре, две экскурсии; вариант Б — 12500 руб., размещение за городом, одна экскурсия и дополнительный переезд 40 минут. Максимальный бюджет — 15000 руб.; приоритет — пешая доступность объектов.

Выявите потребности, подготовьте сравнительное предложение, обоснуйте выбор, оформите заявку и перечень информации, предоставляемой до заключения договора.

Дополнительное условие: два участника имеют ограничения длительной ходьбы; предложите доступный вариант.

Проверяемый результат: Выбор отвечает приоритетам клиента; сравнивается полный состав услуг; дополнительные расходы не скрыты; заявка соответствует предложению.

Вариант 3

По заказу подтверждены транспорт, размещение и две экскурсии. За сутки до начала поставщик сообщает об отмене второй экскурсии. Альтернатива равной продолжительности доступна на 1 час позже; стоимость отличается на 200 руб. на туриста.

Составьте лист контроля заказа, оцените изменение программы, подготовьте согласование с клиентом и поставщиками, зафиксируйте решение и порядок перерасчёта.

Дополнительное условие: поставщик не подтвердил одну услугу; оформите запрос и резервное решение.

Проверяемый результат: Выявлены затронутые услуги и сроки; изменение не выдаётся за согласованное; расчёт разницы корректен; история решений прослеживается.

Вариант 4

Группа из 18 человек следует по городскому маршруту. Один турист отстал у музея; связь по телефону доступна. До отправления транспорта 20 минут. На маршруте нет технически сложных природных препятствий.

Опишите действия сопровождающего, порядок связи и проверки состава группы, информирование ответственных и корректировку времени. Подготовьте памятку участнику.

Дополнительное условие: численность группы увеличилась на два человека; пересчитайте зависимые показатели.

Проверяемый результат: Группа остаётся под контролем; организован безопасный поиск и связь; решение не создаёт новых рисков; действия и изменения фиксируются.

Вариант 5

Требуется двухдневный культурно-познавательный тур Тольятти — Самара для 18 взрослых туристов. Начало в 09:00 первого дня, возвращение до 19:00 второго дня. Переезд в одну сторону занимает 2 часа; на посещение каждого объекта отводится не менее 1 часа.

Разработайте программу по времени, перечень поставщиков и критерии их выбора, калькуляцию по данным расчётного задания, пакет документов для передачи турагенту.

Дополнительное условие: клиент просит письменное обоснование стоимости и состава услуг.

Проверяемый результат: Переезды и посещения совместимы по времени; есть время питания и отдыха; услуги определены однозначно; расчёты воспроизводимы.

Вариант 6

Семья из двух взрослых выбирает двухдневный тур. Вариант А — 14000 руб. за двоих, размещение в центре, две экскурсии; вариант Б — 12500 руб., размещение за городом, одна экскурсия и дополнительный переезд 40 минут. Максимальный бюджет — 15000 руб.; приоритет — пешая доступность объектов.

Выявите потребности, подготовьте сравнительное предложение, обоснуйте выбор, оформите заявку и перечень информации, предоставляемой до заключения договора.

Дополнительное условие: один объект закрыт; подготовьте замену и согласование изменения.

Проверяемый результат: Выбор отвечает приоритетам клиента; сравнивается полный состав услуг; дополнительные расходы не скрыты; заявка соответствует предложению.

6. Порядок оценивания

Оценка практического задания — сумма баллов четырёх показателей. Полное выполнение — полный балл; частичное выполнение с устранимыми недостатками — половина балла; отсутствие результата или существенная ошибка — 0. «Отлично» — 90–100 баллов, «хорошо» — 75–89, «удовлетворительно» — 60–74, «неудовлетворительно» — менее 60.

Оценка устного ответа учитывает знание правил, понимание последовательности действий и способность объяснить собственное решение. Для положительного результата обязательна демонстрация предусмотренных профессиональных действий. Критическая ошибка, создающая угрозу безопасности людей, требует повторной проверки соответствующего результата после устранения недостатков.

7. Оценочный лист

Показатель	Результат
Обучающийся / группа	_____
Модуль / вариант / дата	_____
Правильность решения, до 40	_____
Полнота действий, до 30	_____
Обоснование, до 20	_____
Оформление, до 10	_____
Итог / оценка	_____
Заключение о профессиональных результатах	_____
Экзаменатор / подпись	_____

8. Материалы текущего контроля

В последующих приложениях приведены контрольные вопросы и задания по междисциплинарным курсам. Они используются для текущего контроля и подготовки к экзамену; форма итоговой процедуры определяется настоящим фондом и учебным планом.

Приложение. МДК.02.01 Предоставление туроператорских услуг

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Тестовые задания 1
1. К основным туристским услугам относятся:
а) включенные в договор и оплаченные посетителем турфирмы
б) оплаченные в момент потребления во время путешествия или в месте пребывания

2. Групповой тур – это …
а) inclusiv tour
б) package tour
в) заказной тур

3. Что такое туристский ваучер?
а) финансовый документ турфирмы
б) документ, подтверждающий бронирование и оплату услуг отеля
в) финансовое обязательство отеля

4. Что такое «поставщики услуг»?
а) каналы продвижения турпродукта
б) каналы реализации турпродукта
в) предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов.

5. Что такое «форс-мажорные обстоятельства»?
а) отказ от исполнения условий договора любой из сторон
б) обстоятельства непреодолимой силы
в) неспособность одной из сторон осуществить условия клиентского соглашения

6. Ребенок может иметь загранпаспорт:
а) с 6 лет
б) с момента рождения
в) с 14 лет
г) с 18 лет

7. Для посещения зарубежных стран с туристскими целями россиянам необходимо наличие:
а) деловой визы
б) частной визы
в) рабочей визы
г) туристской визы

8. Для въезда в какие европейские страны россиянам не нужна виза?
а) Украина
б) Хорватия
в) Черногория
г) Болгария
д) Польша
е) Чехия

Тестовые задания 2
1. Язык оформления международных соглашений:
а) русский язык
б) государственные языки сторон соглашения
в) приемлемый третий язык
г) двуязычное соглашение – на русском языке и языке, выбранном партнером

2. Фирменный стиль туристского предприятия – это …
а) важный психологический фактор для клиента при выборе фирмы
б) показатель успешной работы фирмы на рынке
в) непременное требование к наружному и внутреннему оформлению фирмы и исполнению рекламно-информационных материалов

3. С какими паспортами российских граждан работают турфирмы?
а) служебный паспорт

б) дипломатический паспорт
в) паспорт моряка
г) общегражданский загранпаспорт

4. Туроператор занимается созданием, продвижением и реализацией:
а) туристских товаров
б) туристских услуг
в) туристского продукта

5. Шенгенская виза, выданная одной из стран Шенгенского соглашения, дает разрешение на посещение:
а) этой страны
б) некоторых стран – участниц

в) всех стран – участниц

6. Наличие визы:
а) разрешает въезд в государство
б) гарантирует въезд на территорию страны
в) подтверждает регистрацию паспорта в консульстве государства, которое предстоит посетить.

Тестовые задания 3
1. Пакет услуг (турпакет) – это …
а) набор туристской документации
б) произведенный оператором турпродукт, состоящий из определенного набора услуг
в) упаковка для рекламной продукции

2. Общие требования, предъявляемые к туристской услуге, подразделяются на: (отметить V)
а) обязательные
б) желательные
в) рекомендуемые
г) нерекомендуемые

3. К обязательным требованиям туристской услуги относятся:
а) привлекательность
б) доступность
в) безопасность жизни и здоровья туристов
г) сохранность имущества туристов
д) охрана окружающей среды

4. Программа обслуживания – это …
а) расписание авиа и авто перевозок на туре
б) комплекс досуговых услуг на туре
в) набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с тематикой тура, заранее оплаченный и расписанный по времени проведения тура

5. К факультативным условиям договора между туроператором и турагентом относятся:
а) юридические адреса сторон
б) форс-мажорная оговорка
в) фактические адреса сторон
г) порядок рассмотрения претензий
д) порядок и условия внесения изменений в обязательства сторон по договору

6. Сделки с отечественными и зарубежными турфирмами составляются и подписываются в:
а) одном экземпляре
б) двух экземплярах
в) трех экземплярах

7. Укажите, на каком этапе деятельности турфирмы необходима разработка бизнес-плана предприятия:
а) до принятия решения о создании предприятия
б) при начале деятельности турфирмы
в) при возникновении финансовых проблем

8. Укажите основную характеристику первичного телефонного разговора с клиентом:
а) краткий, но информационно полный разговор
б) насыщенный ценовой информацией разговор

в) вежливый, но не содержащий значащей информации разговор

9. Укажите три основных критерия при выборе партнеров по сбыту тур-продукта:
а) имидж фирмы
б) стаж работы предприятия
в) дееспособность фирмы
г) отзывы конкурентов
д) кредитоспособность предприятия
е) правоспособность фирмы

Вопросы для подготовки к экзамену:
1. Понятие и виды деятельности туроператора.
2. Пакет услуг.
3. Схемы работы туристического оператора по реализации и организации туров.
4. Формирование ассортимента туроператора.

5. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний.
6. Переговоры с поставщиками услуг.
7. Туристская документация.
8. Подбор партнеров по сбыту.
9. Агентское соглашение.
10. Программный туризм.
11. Взаимоотношения турфирмы с клиентом.
12. Создание привлекательного туристического продукта.
13. Идентификация поставщиков услуг
14. Программный туризм.
15. Ценообразование турпродукта.
16. Поставщики услуг.
17. Продвижение туристского продукта.
18. Договор с авиапредприятием, железной дорогой.
19. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристического продукта.
20. Позиционирование туров и туроператоров.
21. Виды туристических программ.

5.2. Темы письменных работ

1. Туристская документация.
2. Подбор партнеров по сбыту.
3. Агентское соглашение.
4. Программный туризм.
5. Взаимоотношения турфирмы с клиентом.
6. Создание привлекательного туристического продукта.
7. Идентификация поставщиков услуг
8. Программный туризм.
9. Ценообразование турпродукта.
10. Поставщики услуг.
11. Продвижение туристского продукта.
12. Договор с авиапредприятием, железной дорогой.
13. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристического продукта.
14. Позиционирование туров и туроператоров.
15. Виды туристических программ.

5.3. Фонд оценочных средств

Тема 1.
Основы туроператорской деятельности
Задания для практического занятия.
1. Нормативно-правовая база туроператорский деятельности;
2. Требования к организации туроператорской деятельности;
3. Виды туроператоров
4. Организационный аспект создания туроператора:
5. Организационно-правовые формы создания туроператора;
6. Организационные основы создания туроператора.
7. Условия создание привлекательного туристского продукта:
Задания для самостоятельной работы.
1. Основные положения туроператорской деятельности в нормативно-правовых документах.
2. Основные этапы создания туроператора.
Тема 2.
Технология и организация формирования туристского продукта Задания для практического занятия.

1. Условия создание привлекательного туристского продукта: Изучение запросов потребителей. Потребительские свойства турпродукта. Технология обслуживания. Классы обслуживания. Пакет услуг.
2. Проектирование тура и программа обслуживания: Технологическая документация проектирования тура. Требования к процессу разработки турпродукта. Разработка программы обслуживания туристов. Тематическая программа обслуживания.
3. Технологии и методы работы с поставщиками туристских услуг: Организационные аспекты работы с поставщиками услуг. Планирование тура. Договорной план. Переговоры с поставщикам услуг. Заключение договоров с поставщиками услуг.
4. Туристская документация: Технологическая документация. Туристская путевка. Договора. Справочная документация.
5. Технологическая карта тура и информационный листок к туристской путевке.
Задания для самостоятельной работы.
1. Виды туров и их особенности. Пути повышения качества разработки турпродукта.
2. Договора между туроператорами и с поставщиками туристских услуг. Основные требования и их регулирование.
Тема 3.
Продвижение туристского продукта
Задания для практического занятия.
1. Формирование сбытовой сети: Формирование сбытовой сети туроператора. Агентские соглашения. Агентские сети и франчайзинг.
2. Реклама и нерекламные виды продвижения: Реклама туристского продукта. Нерекламные методы продвижения

туристского продукта. Каталог туроператора. Участие в выставках.
3. Информационные технологии продвижения турпродукта:
4. Программные продукты бронирования туров. Интернет-технологии бронирования турпутевок.
5. Программные продукты резервирования и автоматизации деятельности туроператоров.
Задания для самостоятельной работы.
1. Подбор партнеров по сбыту и заключение агентского договора
2. Разработка каталога туроператора.
3. Программные продукты автоматизации деятельности туроператора и бронирования турпродукта.

Тема 4.
Организация обслуживания
Задания для практического занятия.
1. Стратегия обслуживания и программный туризм: Менеджмент и стратегия облуживания. Программный туризм. Анимация обслуживания Представители туроператоров. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования.
2. Безопасность в путешествии и страхование туристов: Риски для туристов. Безопасность туристов в месте временного пребывания, во время перевозки.
3. Туристская полиция. Страхование туристов выезжающих за рубеж. Страхование въездного и внутреннего туризма. Страхование различных рисков.
4. Квалификационные требования и должностные обязанности менеджера туроперейтинга: Профессиональные стандарты для туризма.
5. Квалификационные требования, предъявляемые к должности менеджера туроперейтинга.
Задания для самостоятельной работы.
1. Организация обслуживания туристов на маршруте.
2. Организация страхового обеспечения путешествий.
3. Квалификационные требования к менеджеру туроперейтинга.

Тема 5.
Расчет стоимости туристского продукта
Задания для практического занятия.
1. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование: Финансовая схема работы туроператора.
2. Система комиссионных вознаграждений турагентств.
3. Ценообразование.
4. Учетная политика и налогообложение: Учетная политика туроператора.
5. Налогообложение.
6. Оплата счетов поставщиков услуг.
Задания для самостоятельной работы.
1. Виды и методы ценообразования турпродукта.
2. Расчет стоимости услуг.

5.4. Перечень видов оценочных средств
тестирование устный опрос письменный опрос экзамен

Приложение. МДК.02.02 Предоставление турагентских услуг

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Тестовые задания
1. Турпакет - это
а) форма курортного лечения;
б) документ на право лечения на курорте или в местном санатории, который выдается больному местным (фабричным, заводским) комитетом профсоюза при наличии медицинских показаний к санаторно-курортному лечению;
в) документ, подтверждающий факт передачи туристского продукта.

г) продукт деятельности туристской фирмы, который, как правило, включает услуги перевозчика и услуги партнера, предоставляющего проживание, трансфер, экскурсионное обслуживание и пр;
д) разновидность путевки, дающая право на прохождение амбулаторно-курсовочного лечения.

2. При выборе страны следования и вида маршрута необходимо учитывать влияние следующих факторов:.. (что неверно?)
а) увеличение объема продаж;
б) влияние средств массовой информации, которые стимулируют интерес потребителя, продвигая определенный маршрут и создавая ему имидж наиболее «модного» в данном сезоне;
в) спрос клиентов на определенный маршрут;
г) снижение цен на авиабилеты в связи с созданием новых чартерных программ; д) климатические условия страны.

3. Цель формирования сети турагентов:… (что неверно?)
а) формирование имиджа фирмы на туристском рынке;
б) увеличение объема продаж;
в) повышение конкурентоспособности фирмы;
г) продвижение туристского продукта на рынке сбыта;
д) разработка маршрута следования.

4. Для встречи групп на табличке пишется:
а) название принимающей или отправляющей фирмы;
б) маршрут следования;
в) страна следования;
г) номер группы;
д) фамилии клиентов.

5. Инструктаж клиентов перед поездкой:
а) высылается по почте;
б) проводится в устной форме на собрании группы;
в) проводится в устной форме в индивидуальном порядке каждому клиенту;
г) выдаётся в конверте вместе с документами;
д) проводит принимающая фирма.
6. Пакет документов, выдаваемых туристу перед поездкой, включает следующие документы:… (что неверно?)
а) правила страхования;
б) путевку;
в) билет и ваучер;
г) ОЗП с открытой визой;
д) инструкцию о правилах поведения.

7. К пакету документов прилагаются:… (что неверно?)
а) информационный листок;
б) карта города;
в) образец заполнения полицейской (иммиграционной) карточки;
г) багажная квитанция;
д) таможенные декларации и образец их заполнения.

8. Последовательность действий при регистрации авиабилета:. (что неверно?) а) предъявить ОЗП и авиабилет;
б) сдать багаж и проверить наличие приклеенной к авиабилету багажной квитанции;
в) обратить внимание работников авиакомпании то, что багаж следует транзитом (если рейс транзитный);
г) получить посадочный талон;
д) узнать о времени нахождения в пути.

9. Клиенту на протяжении всего путешествия иметь при себе:… (что неверно?)
а) ОЗП и страховой полис;
б) визитную карточку отеля;
в) карту города;
г) ваучер;

д) разговорник, если клиент не владеет иностранным языком.

10. Финансовый отчет, который менеджер представляет в ФЭО по каждой группе или индивидуальному туру, должен содержать:… (что неверно?)
а) наименование и продолжительность маршрута с указанием даты заезда;
б)общую стоимость путевок, проданных по данному маршруту на указанную дату;
в) общую стоимость заказанных фирмой услуг (сумма всех выставленных партнерами счетов);
г) прибыль;
д) счета на оплату от партнера.

11. Перечень условий, при которых необходим сопровождение группы:… (что неверно?)
а) необходимость узнать режим работы консульства;

б) необходимость заказа большого количества дополнительных услуг в стране пребывания;
в) транзитный перелет большой группы туристов;
г) сложный маршрут, требующий взаимодействия принимающей и отправляющей сторон;
д) открытие нового маршрута.

12. Основные услуги, оказываемые туристским предприятием, включают:
а) услуги по формированию индивидуального тура;
б) услуги по страхованию туристов;
в) размещение;
г) услуги по организации перевозки;
д) питание туристов.

13. К дополнительным услугам относятся
а) услуги по организации экскурсий;
б) услуги по перевозке туриста от места его прибытия в страну (место его временного пребывания) до места размещения и обратно (трансфер);
в) обмен валюты;
г) питание туристов;
д) услуги по страхованию туристов.

14. Пэкидж-тур – это
а) специальный тур по индивидуальному заказу;
б) комплекс услуг;
в) познавательный тур;
г) ритуальный тур;
д) пакет услуг, включающий не менее двух из следующих компонентов: перевозку, размещение.

15. Эксклюзив-тур – это
а) стандартный комплекс услуг;
б) познавательный тур;
в) специальный тур по индивидуальному заказу;
г) ритуальный тур;
д) пэкидж-тур.

16. Паушальный тур – это
а) эксклюзив-тур;
б) пэкидж-тур;
в) ритуальный тур;
г) познавательный тур;
д) специальный тур по индивидуальному заказу.
17. Туристский продукт – это :
а) имущественное право на тур, предназначенное для реализации туристу;
б) разновидность путевки, дающая право на прохождение амбулаторно-курсовочного лечения;
в) пакет документов, выдаваемых туристу перед поездкой;
г) документ на право лечения на курорте или в местном санатории, который выдается больному местным (фабричным, заводским) комитетом профсоюза при наличии медицинских показаний к санаторно-курортному лечению.;
д) документация, детализирующая требования к процессу обслуживания туристов.

18. Порядок проектирования услуги «Туристское путешествие» предусматривает
а) один этап;
б) два этапа;
в) четыре этапа;
г) три этапа;

д) пять этапов.

19. Туристский ваучер - это
а) документ на право лечения на курорте или в местном санатории, который выдается больному местным (фабричным, заводским) комитетом профсоюза при наличии медицинских показаний к санаторно-курортному лечению;
б) пакет документов, выдаваемых туристу перед поездкой;
в) разновидность путевки, дающая право на прохождение амбулаторно-курсовочного лечения;
г) обязательство страховой компании о компенсации расходов страхователя на пользование медицинскими услугами в другой стране во время туристской поездки;
д) документ, выданный иностранной туристской фирмой туристу (туристской группе), являющийся основанием для приёма, размещения и обслуживания туриста или группы туристов принимающей стороной.

20. Процесс продажи туристского продукта включает:… (что неверно?)

а) определение мер по безопасности услуги;

б) прием клиента и установление контакта с ним;
в) установление мотивации выбора турпродукта;
г) предложение туров;
д) оформление правоотношений и расчет с клиентом.

21. Документальной основой проектирования услуги «Туристский поход» является
а) расчет необходимого количества туристского инвентаря, снаряжения и транспортных средств;
б) отчет о проведении экспедиционного обследования маршрута туристского похода;
в) определение потребности в инструкторах-методистах по туризму, другом обслуживающем персонале и организацию их подготовки;
г) график загрузки туристского предприятия;
д) технологическая карта туристского путешествия.

22. Результатом проектирования услуги «Туристский поход» является
а) расчет необходимого количества туристского инвентаря, снаряжения и транспортных средств;
б) график загрузки туристского предприятия;
в) технологическая карта туристского путешествия;
г) определение потребности в инструкторах-методистах по туризму, другом обслуживающем персонале и организацию их подготовки;
д) паспорт трассы туристского похода.

23. Порядок действий менеджера при аккредитации туристской фирмы в консульстве
а) оформить визу;
б) предоставить приглашение на туриста от иностранного партнера
в) предоставить сопроводительное письмо от фирмы;
г) узнать в консульстве о том, какие документы нужны для аккредитации и предоставить в консульство необходимые документы;
д) копию лицензии фирмы.

24. Основные функции менеджера, сопровождающего группу:… (что неверно?)
а) контроль рекламы тура;
б) контроль исполнения партнером обязательств, в соответствии с условиями договора;
в) контроль количественного состава группы при авиаперелетах и на протяжении всего маршрута;
г) контроль соблюдения программы тура;
д) контроль расселения группы в отеле.

25. Порядок рассмотрения претензий: … (что неверно?)
а) претензия оформляется в письменном виде на имя директора фирмы;
б) претензии регистрируются секретарем фирмы в специальном журнале регистрации претензий;
в) менеджер, ответственный за исполнение услуги, в течение трех дней рассматривает претензию, принимает все меры к полному исследованию причин возникновения претензии;
г) претензия должна быть зарегистрирована в стране пребывания представителем принимающей стороны или сопровождающим группы;
д) претензия рассматривается только представителем принимающей стороны или сопровождающим группы.

26. Предоставление информации и оформление заявки клиента класса «VIP»
а) осуществляется только в Департаменте по туризму;
б) осуществляется только в соответствующем ведомстве;
в) происходит по особой схеме работы;
г) происходит аналогично схеме работы с индивидуальным клиентом;

д) турфирмы не работают с клиентами класса «VIP».

27. Индивидуальная заявка должна содержать следующую информацию:… (что неверно?)
а) наименование маршрута и сроки поездки;
б) Ф.И.О. всех участников поездки и возраст несовершеннолетних участников поездки;
в) доход семьи;
г) степень родства участников поездки;
д) подробное описание желаемого маршрута и условий обслуживания.

28. При возникновении ситуации, связанной с факторами риска или нарушением правил безопасности, рекомендуется:… (что неверно?)
а) при транспортных авариях, неразрешенных конфликтах с полицией, другими органами местной власти необходимо поставить в известность руководителя туристской группы, представителя принимающей фирмы, при необходимости - сотрудников посольства (консульства) России или незамедлительно связаться с офисом отправляющей фирмы;
б) в случае травмы или заболевания незамедлительно обратиться в сервисную службу страховой компании по телефону, указанному в страховом полисе;
в) в случае, если клиент отстал от группы, необходимо обратиться за помощью к полицейскому и показать ему визитную карточку отеля; в случае утери ОЗП обращаться в посольство (консульство) России, предварительно зафиксировав данный факт в полицейском участке;
г) в случае травмы или заболевания незамедлительно обратиться к представителю принимающей фирмы;
д) в случае утери багажа или авиабилета обращаться к представителю авиакомпании, обслуживающей данный рейс.
29. Сведения о перелете/переезде: … (что неверно?)
а) информировать об услугах, предоставляемых во время перелета/переезда (питание, напитки; наличие кондиционера, аудио-, видеоаппаратуры, микрофона, спальных мест, мест для курящих, МУС и пр.);
б) сообщить о времени нахождения в пути;
в) информировать о виде (тип, наименование) транспортного средства;
г) сообщить название транспортной компании;
д) сообщить вид оплаты чартера.
30. Виза – это :
а) официальная отметка, сделанная в паспорте (штамп учреждения или консульства), дающая владельцу заграничного паспорта право въезда в данное государство и выезда из него;
б) официальная отметка, штамп учреждения или консульства, дающая владельцу заграничного паспорта право въезда в данное государство с отметкой его выезда из страны пребывания.;
в) это отметка в паспорте, которая выдается при оформлении приглашения частным лицом иностранного государства частному лицу — визополучателю другого государства.;
г) отметка в паспорте, подтверждающая разрешение посетить страну с туристскими целями в определенный период времени на определенный срок (на срок путешествия или тура).;
д) дается визополучателю на право проезда через третью страну в страну основного пребывания.

Вопросы для подготовки к экзамену:
1.Понятия «туризм», «туристская деятельность». Виды туристской деятельности
2.Туризм как социально-экономическая система
3.Путешествие и туризм
4.Классификация туризма
5.Виды и категории туризма
6.Ресурсы и инфраструктура туризма.
7.Туристский потенциал территории.
8.Туристские объекты и комплексы.
9.Туристские учреждения
10. Туристские регионы и центры
11. Понятия, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности. Нормативно-правовые основы туристской деятельности
12. Становление и развитие государственной политики в области туристской деятельности.
13. Организационные и экономические аспекты управления туристской деятельности
14. Механизмы управления развитием регионального туризма
15. Туристский рынок, и его особенности, структура, функционирование.
16. Международный и внутренний туризм в условиях рыночных отношений.
17. Международный рынок туризма и его характеристика.
18. Рынок туризма в России и его значение.
19. Продвижение и реализация турпродукта на рынке.
20. Дифференциация и факторы развития туристского рынка.
21. Спрос и предложение.
22. Тенденции развития туристского бизнеса за рубежом и в России (показатели, сравнительная характеристика).
23. Основные субъекты туристского рынка.
24. Турист как субъект туризма. Типы потребителей
25. Предприятия поставщиков туристских услуг

26. Туроператор и его функции на туристском рынке
27. Специфика деятельности турагента на туристском рынке
28. Понятие туристского продукта и его составные части.
29. Услуги организаций туристской индустрии в составе туристского продукта.
30. Механизмы формирования туристского продукта.
31. Формирование тура.
32. Программа обслуживания.
33. Технологические документы как результат проектирования турпродукта.
34. Технология продвижения туристского продукта
35. Технология продаж туристского продукта
36. Организация туристского маршрута.
37. Потребители. Предприятия производители
38. Туристские формальности.
39. Страхование в туризме.
40. Формы и стили обслуживания.
41. Параметры элементов обслуживании
42. Особенности обслуживания в различных видах туризма.
43. Классы облуживания.
44. Концептуальные основы управления качеством в турфирме
45. Порядок образования туристкой фирмы.

46. Офис туристского предприятия.
47. Миссия и цель туристского предприятия.
48. Организационная структура туристской фирмы.
49. Организационно-правовые формы предпринимательства в туризме.
50. Конкурентоспособность предприятий сферы туризма.
51. Участники туристского процесса.
52. Должностные обязанности сотрудников в туристской фирме.
53. Схемы взаимодействия туроператора с поставщиками услуг.
54. Договорные отношения в туризме.

5.2. Темы письменных работ

1.Понятия «туризм», «туристская деятельность». Виды туристской деятельности
2.Туризм как социально-экономическая система
3.Путешествие и туризм
4.Классификация туризма
5.Виды и категории туризма
6.Ресурсы и инфраструктура туризма.
7.Туристский потенциал территории.
8.Туристские объекты и комплексы.
9.Туристские учреждения
10. Туристские регионы и центры
11. Понятия, цели и методы государственного регулирования туристской деятельности. Нормативно-правовые основы туристской деятельности
12. Становление и развитие государственной политики в области туристской деятельности.
13. Организационные и экономические аспекты управления туристской деятельности
14. Механизмы управления развитием регионального туризма
15. Туристский рынок, и его особенности, структура, функционирование.
16. Международный и внутренний туризм в условиях рыночных отношений.
17. Международный рынок туризма и его характеристика.
18. Рынок туризма в России и его значение.

5.3. Фонд оценочных средств

Тема 1
Правила оформления деловой документации
Задания для практического занятия.
1. Правила оформления туристской документации (туристских путевок, ваучеров, страховых полисов и др.)
2. Классификации и функции документа
3. Унификация и стандартизация документов
4. Структура и реквизиты документов
5. Унифицированная система организационно-распорядительной документации (УСОРД)
Практические занятия.
1. Оформление документации заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта
2. Составление бланков, необходимых для проведения реализации турпродукта (договора, заявки)
3. Составление и оформление учредительных документов туристской фирмы
4. Составление и оформление договорно-правовой документации

Тема 2 Информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию

Задания для практического занятия.
1. Система информационных технологий
2. Анализ современных компьютерных систем бронирования и резервирования
3. Профессиональные пакеты программ по бронированию
4. Разработка и применение мультимедийных технологий
5. Типология информационных систем в менеджменте организаций
Практические занятия.
1. Использование информационных технологий при подборе тура
2. Осуществление бронирования с использованием современной офисной техники
3. Анализ глобальных компьютерных сетей
4. Использование мультимедийной технологии

Тема 3
Правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности
Задания для практического занятия.
1. БСО «Туристская путевка»
2. Требования к изготовлению и содержанию БСО ТП
3. Порядок применения бсо тп при наличных расчетах
4. Порядок применения бсо тп при безналичной оплате
5. Примерная инструкция по учету, хранению, обороту, инвентаризации и уничтожению бланков строгой отчетности «туристская путевка»
Практические занятия.
1. Приобрести и оформить БСО ТП
2. Вести учет и обеспечивать хранение БСО
3. Принимать денежные средства в оплату ТП на основании БСО
4. Заполнить ТП

Тема 4
Перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации
Задания для практического занятия.
1. Перечень стран, имеющих режим безвизового въезда граждан Российской Федерации
2. Условия въезда граждан иностранных государств РФ по дипломатическим, служебным, общегражданским паспортам
3. Перечень стран, имеющих режим визового въезда граждан Российской Федерации
4. Страны с особыми или облегченными условиями въезда
5. Оформление визы онлайн для стран с минимальным сроком и/или минимальным набором документов на визу
Практические занятия.
1. Тест «Безвизовые страны для россиян»
2. Тест «Визовые страны для россиян»
3. Работа с контурной картой
4. Консультирование клиентов: о правилах въезда в страну временного пребывания и правилах пребывания в ней

Тема 5
Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации
Задания для практического занятия.
1. Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение
2. Правила пересечения границ, входящих в Шенгенское соглашение гражданами Российской Федерации
3. Документы для получения Шенгенской визы
4. Требования к фото на Шенгенскую визу. Вопросник для анкеты на Шенгенскую визу
5. Консульские сборы, регистрация на очередь и сроки выдачи виз в некоторые страны
Практические занятия.
1. Анализ правил пересечения границ, входящих в Шенгенское соглашение стран гражданами РФ
2. Составление перечня документов для получения шенгенской визы
3. Оформить тестовые документы на визу
4. Кейс «Оформляем визу в Испанию»

Тема 6
Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы
Задания для практического занятия.
1. Выдача различных видов виз, их значение и содержание
2. Порядок оформления анкеты на визу в личном кабинете ТА
3. Пакет документов предоставляемых для оформления виз
4. Специфика выдачи национальных виз некоторыми европейскими странами
5. Особенности заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз
6. Правила оформления виз для детей
Практические занятия.

1. Предоставление потребителю полной и актуальной информации о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы
2. Консультирование потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз
3. Предоставление туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран
4. Обеспечить своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки

Тема 7
Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура Задания для практического занятия.
1. Основное ядро целевой аудитории
2. Ценовая и статусная характеристика продукта.
3. Основные ТО России
4. Выявление прибыли агентства в соответствии с базовой комиссией туроператора
5. Отчеты агента ТО
6. Презентация тура клиенту
Практические занятия.
1. Заполнять договор о реализации тур продукта между турагентом и клиентом
2. Выявлять запросы потребителя
3. Подбирать места размещения, питания, экскурсионные объекты посещения
4. Определять схему маршрута в соответствии с запросом клиента

Тема 8
Разработка программы тура по заказу клиента

Задания для практического занятия.
1. Основы экскурсоведения
2. Методические приемы проведения экскурсии: приемы показа и рассказа
3. Разработка схемы маршрута транспортной экскурсии
4. Разработка нового туристского маршрута: определение регионов по которым пройдёт маршрут, выбор объекта показа
5. Разработка программы тура
6. Основное ядро целевой аудитории ценовая и статусная характеристика продукта
Практические занятия.
1. Разработать памятку туристу в соответствии с поездкой по указанному направлению
2. Определить туроператора в соответствии с заданными критериями клиента
3. Оформить программу в соответствии с заданными параметрами
4. Выбрать оптимальную транспортную схему

5.4. Перечень видов оценочных средств

тестирование
устный опрос
письменный опрос
курсовая работа
экзамен

Приложение. МДК.02.03 Координация качества выполнения турагентских услуг

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Тестирование:
1. Цель — это:
а) модель необходимого будущего состояния такого объекта, в движении которого имеет место феномен управления;
б) будущее состояние фирмы;
в) модель прошлого состояния субъекта;
г) модель будущего движения компании.
2. Перечислите основные функции процесса управления:
а) планирование, организация персонала, регулирование производства;
б) целеобразование, планирование, реализация плана, контроль;
в) сбор информации, прогнозирование, целеобразование, планирование, реализация плана, контроль;
г) целеобразование, обмен информацией, реализация плана, согласование.
3. Определите понятие «простейшие отношения управления»:
а) отношения управления связывают не менее трех человек, из которых один является управляющим, а другие управляемыми. Отношение управления включает в себя следующие составляющие: с одной стороны, отношения власти, носителем который выступает управляющий, а с другой — отношения подчинения, носителями которых выступают управляемые;
б) простейшие отношения управления связывают двух человек, из которых один является управляющим, а другой — управляемым. Отношения управления включают в себя два составляющих: с одной стороны, отношение власти, носителем которого выступает управляющий, а с другой — отношение подчинения, носителем которого выступает управляемый;
в) простейшие отношения управления связывают не менее двух человек, из которых один является управляющим, а другой управляемым. Отношения управления включают в себя два составляющих: с одной стороны, отношение собственности на средства производства, носителем которого выступает управляющий, а с другой — отношение присвоения, носителем которого выступает управляемый;
г) отношения управления связывают двух и более человек, из которых один является начальником, а другие — подчиненными. Отношения управления включают в себя следующие составляющие: с одной стороны, отношение власти, носителем которого выступает начальник, а с другой — отношения присвоения средств производства, носителями которых выступают подчиненные.
4. Организация — это:
а) социальная структура, в которой люди связаны системой отношений собственности;
б) социальная структура, в которой люди связаны системой отношений, главными среди которых выступают отношения управления;
в) социальная структура, в которой люди связаны отношениями сотрудничества;
г) социальная структура, осуществляющая процесс производства.
5. Менеджмент представляет собой:
а) управление технологическими процессами;
б) деятельность управленческого персонала;
в) процесс управления организациями;
г) вид деятельности персонала компании.
6. Основателем школы научного управления был:
а) Э. Мэйо;
б) Д. Макгрегор;
в) А. Маслоу;
г) У. Тейлор.
7. К сфере сервиса и туризма относят:
а) отрасли, осуществляющие производство услуг, направленных на удовлетворение потребностей человека;
б) производство услуг в домашних хозяйствах;
в) медицинское обслуживание в государственных медицинских учреждениях;
г) производство продуктов питания.
8. Франчайзинговое объединение основано:
а) на договорных отношениях по продаже бренда известной компании, позволяет обеспечить горизонтальную интеграцию компаний одной отрасли;
б) на объединении компаний посредством обмена акциями;
в) на договорных отношениях, представляет собой форму вертикальной интеграции участников последовательных стадий производственных процессов;
г) на объединении предприятий в рамках одной компании в форме вертикальной интеграции.
9. Главным в стратегическом управлении является то, что оно:
а) ориентируется не на производство продукта, а на удовлетворение потребностей покупателей производимой продукции;
б) основано на долгосрочном планировании;
в) исходит из необходимости точно устанавливать цели деятельности компании;
г) основано на учете интересов работников компании.
10. Условия конкуренции в сфере сервиса и туризма:

а) не зависят от высоты рыночных барьеров, т.е. возможности входа компаний на данный рынок;
б) определяются относительно невысокими барьерами вхождения на рынок;
в) определяются относительно длительным жизненным циклом продукта;
г) определяются тем, что в этой сфере действует небольшое количество крупных компаний.
11. Потребностями наиболее высокого уровня в соответствии с теорией иерархии потребностей Маслоу являются:
а) потребности самовыражения;
б) потребности принадлежности и причастности;
в) физиологические потребности;
г) потребности безопасности.
12. Потребностями самого низкого уровня в соответствии с теорией иерархии потребностей Маслоу являются:
а) потребности самовыражения;
б) потребности принадлежности и причастности;
в) физиологические потребности;
г) потребности безопасности.
13. Особенности производственных процессов компаний в сфере сервиса и туризма обусловлены тем, что продукт, производимый в данной сфере:
а) характеризуется однотипностью и является стандартным;
б) выступает в форме услуги и ориентирован на удовлетворение индивидуальных потребностей;
в) по преимуществу имеет материальную форму длительно хранящегося продукта;
г) производится значительными массами как однотипный стандартный продукт.
14. Масштаб управляемости является наиболее узким:
а) в ресторанном бизнесе;
б) в химической промышленности;
в) в металлургии;
г) в дорожном строительстве.
15. Линейные связи внутри компании устанавливаются:
а) между руководителями одного уровня;
б) между работниками различных подразделений;
в) между работниками одного и того же подразделения;
г) между начальником и подчиненным.
16. Миссия организации выражает собой:
а) прогноз будущего состояния внутренней среды организации;
б) краткосрочные цели организации;
в) предназначение, смысл существования организации;
г) потребности наемных работников компании.
17. Противостояние между менеджерами и водителями автобусов туристической фирмы представляет собой:
а) межличностный конфликт;
б) внутригрупповой конфликт;
в) внутриличностный конфликт;
г) межгрупповой конфликт.
18. Для компаний, действующих в сфере сервиса и туризма, в большей степени свойственны:
а) органический тип организации;
б) механистический тип организации;
в) одномерные учения об управлении;
г) синтетические учения об управлении.
19. Для организаций в сфере сервиса и туризма в большей степени присуще распределение прав и ответственности:
а) основанных на системе единства подчинения;
б) основанных на системе двойного подчинения;
в) основанных на системе множественного подчинения;
г) основанных на матричных системах управления.
20. Потребностям существования, по теории ERG Альдерфера, соответствуют следующие потребности по Маслоу:
а) принадлежности и причастности;
б) самовыражения;
в) физиологические и безопасности;
г) признания и самовыражения.
21. Для компаний в сфере сервиса и туризма в большей степени характерны следующие подходы в построении систем управления:
а) ситуационный подход;
б) системный подход;
в) процессный подход;
г) иные подходы.
22. Наибольшее применение в системе управления экономикой в советское время нашли методы:
а) школы научного управления;
б) школы человеческих отношений;
в) школы науки о поведении (бихевиористские учения);

г) школы количественных методов управления.
23. Школа количественных методов основывалась:
а) на количественном измерении и оптимизации функций производственного работника;
б) на измерении времени, затрачиваемого на отдельные операции работником;
в) на построении числовых моделей процессов в компании и последующей оптимизации моделей этих процессов;
г) на оптимизации поставок сырья и материалов в компанию.
24. Процессный подход в построении системы управления основывается:
а) на концентрировании внимания менеджеров на ситуации во внутренней и внешней среде компании;
б) на процессах, протекающих в системе управления, функциях управления;
в) на технологических производственных процессах, протекающих в компании;
г) на процессах, протекающих во внешней среде компании.
25. Представления о специфике менеджмента в компаниях сервиса и туризма появились:
а) ранее, чем в промышленных компаниях;
б) в 1930-е гг.;
в) в середине XX в.;
г) в 1980-е гг.
26. Специфика менеджмента в компаниях сервиса и туризма обусловлена:
а) уровнем подготовки персонала;
б) длительными сроками хранения продукта;
в) особенностями производимого продукта;
г) значительным объемом основных фондов компаний.
27. Компании в сфере сервиса и туризма характеризуются:
а) относительно небольшими размерами;
б) широким масштабом управляемости;
в) высокой степенью автоматизации производственных процессов;
г) концентрацией производства на одной производственной площадке.
28. Увеличение масштабов деятельности компаниями сервиса и туризма достигается посредством:
а) концентрации производства в рамках одного предприятия;
б) узкой специализации на производстве отдельного продукта;
в) формирования объединений предприятий на основе горизонтальной интеграции;
г) повышения уровня автоматизации и механизации производственных процессов.
29. Наибольшие по количеству предприятий сети гостиниц, ресторанов формируются посредством форм объединений на основе:
а) обмена акциями;
б) привлечения инвестиций с помощью выпуска облигационных займов;
в) продажи акций с небольшими номиналами;
г) франчайзинга.
30. Крупнейшую в мире гостиничную сеть имеет компания:
а) Marriott International',
б) Best Western International',
в) Holiday Inn Worldwide', r) ITT Sheraton Corp.
31. Одним из методов уклонения от риска является:
а) страхование риска;
б) создание резервов;
в) диверсификация деловых партнеров;
г) попытка избегать новых непроверенных видов продукта.
32. К методам компенсации рисков в сервисе и туризме относится:

а) создание венчурных компаний, в которых опробуются новые проекты;
б) избегание найма новых работников;
в) диверсификация техники и технологий;
г) страхование рисков.
33. Для туристических компаний более характерны риски:
а) обусловленные изменениями экологии и природными катаклизмами в стране прибытия;
б) обусловленные изменениями технологии производства в туристической отрасли;
в) вызванные изменением режима налогообложения;
г) обусловленные инфляционными явлениями в российской экономике.
34. Фактором, определяющим особенности управления персоналом в компаниях сервиса и туризма, является:
а) относительно высокий уровень квалификации персонала;
б) относительно высокая доля женщин в составе наемного персонала, желающих работать неполный рабочий день;
в) равномерно высокая интенсивность труда в продолжение всего рабочего дня;
г) высокая степень специализации на определенных производственных функциях.
35. Наиболее важной для компании сервиса и туризма является оценка качества работы служащего со стороны:
а) непосредственного руководителя;
б) руководства подразделения, в котором занят работник;
в) клиента компании;

г) самооценка работника.
36. Система мотивации труда служащих компании сервиса и туризма строится на основе:
а) выявления потребностей работников;
б) совершенствования системы оплаты персонала;
в) ведения переговоров администрации с коллективом работников по улучшению условий труда;
г) ежегодного заключения коллективного договора.
37. Стимулами, побуждающими человека к труду, являются:
а) увеличение размеров заработной платы;
б) улучшение условий труда;
в) улучшение отношений между начальниками и подчиненными в компании;
г) внешние воздействия на человека (работника).
38. Группы потребностей в форме иерархии расположил:
а) К. Альдерфер;
б) А. Маслоу;
в) Д. МакКлелланд;
г) Ф. Герцбсрг.
39. Теорию двух факторов разработал:
а) Э. Мэйо;
б) Ф. Герцберг;
в) А. Маслоу;
г) У. Тейлор.
40. Особенности производства и потребления услуг в сфере сервиса и туризма предопределяют специфику воздействия конфликтов на предлагаемый данной сферой продукт:
а) качество услуг в сторону их понижения;
б) объемы производства;
в) технологию производства услуги;
г) объем получаемой компанией прибыли.
41. К структурным методам управления конфликтами могут быть отнесены:
а) попытка руководителя решить конфликт без учета интересов одной из сторон;
б) принятие уступок в своих исходных позициях каждой из сторон конфликта;
в) внесение изменений в составе подразделений и системе их взаимодействия;
г) попытки игнорировать наличие конфликта.
42. Горизонтальное разделение труда в компании обусловлено:
а) наличием подразделений, осуществляющих технологические операции по стадиям производства;
б) рыночным обменом различных компаний, осуществляющих технологические операции по стадиям производства;
в) регулированием деятельности компаний со стороны государственных органов власти;
г) наличием различных уровней управления в иерархической структуре.
43. Главной причиной выделения подразделений в рамках одной компании в сфере сервиса и туризма является:
а) различие технологических процессов, осуществляемых отдельными работниками;
б) специализация менеджеров на выполнении определенных функций управления;
в) территориальное разделение работников на разных производственных площадках;
г) определенный масштаб управляемости при выполнении работниками конкретных производственных функций.
44. Количество работников, занятых в компании сервиса и туризма, непосредственно определяется:
а) сложностью производственных процессов, осуществляемых компанией;
б) уровнем квалификации работников в компании;
в) организационной структурой, принятой в компании;
г) оптимальными значениями показателя масштаба управляемости и числом уровней управления.
45. Для компаний в сфере сервиса и туризма характерным является:
а) относительно узкий масштаб управляемости;
б) большое число уровней управления;
в) широкий масштаб управляемости;
г) широкий масштаб управляемости и большое количество уровней управления.
46. Для компаний более характерна департаментизация:
а) матричная;
б) функциональная;
в) по продукту и потребителю;
г) линейная.
47. Главной формой связей в иерархических организационных структурах между линейными подразделениями являются:
а) неформальные связи;
б) горизонтальные связи;
в) косвенные связи;
г) вертикальные связи.
48. Коммуникационным стилем называют:
а) способы шифрования передаваемых сообщений;
б) принятые в организации формы индивидуального поведения в процессах обмена информацией;

в) способы обозначения субъекта в сообщении;
г) последовательность расположения различных видов информации в сообщениях.
49. Вертикальные связи возникают:
а) между руководителями одного уровня управления;
б) между функциональными и производственными подразделениями;
в) между начальником и подчиненными;
г) между технологически не связанными производственными подразделениями.
50. Первой стадией процесса принятия решения является:
а) осознание проблемы и признание необходимости каких-либо действий;
б) описание проблемы, создание модели нежелательного состояния организации;
в) разработка проекта действий для решения проблемы;
г) оценивание предлагаемых проектов решений.
51. Общей целью компаний, осуществляющих стратегическое управление, является:
а) производство продукта;
б) совершенствование технологий производства;
в) инновационная деятельность;
г) удовлетворение потребностей покупателей продукта, клиентов компании.
52. К микросреде компании сервиса и туризма обычно относятся:
а) составные части внешней среды, которые непосредственно воздействуют на компанию;
б) население страны, в которой действует компания;
в) конкуренты компании;
г) транспортная инфраструктура территории, на которой действует компания.
53. Миссия компании представляет собой:
а) наиболее общее выражение изначальной цели компании, выражающей смысл существования компании;
б) долгосрочная цель компании;
в) система среднесрочных целей компании;
г) выражение интересов менеджеров компании.
54. К группам заинтересованных лиц компании относятся:
а) население территории, на которой действует компания;
б) конкуренты компании;
в) учредители, акционеры компании, наемный персонал, потребители продукции, деловые партнеры;
г) органы законодательной власти страны, в которой действует компания.
55. Последовательность осуществления функций стратегического управления компании состоит в последовательном формировании:
а) миссии, информации об окружающей среде, прогнозов, системы долгосрочных целей, стратегических планов;
б) информации об окружающей среде, прогнозов, системы долгосрочных целей, стратегических планов, миссии;
в) прогнозов, стратегических планов, миссии, информации об окружающей среде, системы долгосрочных целей;
г) миссии, системы долгосрочных целей, информации об окружающей среде, прогнозов, стратегических планов.
56. Стратегии компании принимаются:
а) менеджерами производственных подразделений;
б) менеджерами средних уровней управления;
в) специализированными функциональными подразделениями;
г) верхними уровнями управления.
57. Эталонная стратегия развития рынка реализуется посредством:
а) разработки нового продукта и расширения его продаж на прежнем рынке;
б) установления большего контроля над поставщиками сырья;
в) внедрения ранее производимого продукта на новые для компании рынки;
г) установления контроля над конкурентами.
58. Для текущего управления компании характерна концентрация внимания на внутренних процессах в условиях, которые предполагают:
а) обострение конкуренции на рынках;
б) относительно стабильную внешнюю среду;
в) регулярный переход на новые виды продукции;
г) быстрое расширение рынков компании.
59. Функции текущего управления имеют тенденцию:
а) осуществляться самыми высокими уровнями управления;
б) опускаться на более низкие уровни управления;
в) осуществляться собранием акционеров;
г) осуществляться менеджерами производственных подразделений.
60. Инновация представляет собой:
а) отыскание новых источников финансирования инвестиционных проектов;
б) совершенствование организации производства компании;
в) автоматизацию процессов учета движения активов компании;
г) введение новшеств по всем направлениям деятельности, производства продукта компаний, организаций.
61. Введение инноваций внутри компаний в сервисе и туризме:

а) есть реакция на изменения во внешней среде, несущие риски снижения доходности;
б) вызывается стремлением повысить качество производимого продукта;
в) вызывается стремлением повысить степень удовлетворения потребностей покупателя продукта;
г) обусловлено стремлением повысить эффективность производства посредством снижения издержек.
62. Инновациями называют такие нововведения, которые:
а) усовершенствуют технологию производства в компании, сокращая издержки;
б) отражаются на характеристиках продукта;
в) обеспечивают ускорение процессов сбора и обработки информации о состоянии и динамике рынков продукта;
г) повышают производительность труда работников компании.
63. Риск представляет собой:
а) вероятность наступления неблагоприятного для бизнеса события во внешней среде компании;
б) вероятность наступления неблагоприятного для бизнеса события во внутренней среде компании;
в) прогноз ожидаемого неблагоприятного события, влекущего за собой ущерб компании;
г) величину ущерба компании от наступившего неблагоприятного события.
64. Угрозами называют факторы, которые порождают:
а) нестрахуемый риск;
б) риск утраты определенного рынка сбыта;
в) риск снижения прибыли компании;
г) риск банкротства компании.
65. Лидер в организации — это человек:
а) выражающий интересы менеджеров компании высшего уровня;
б) в большей степени, чем другие работники, влияющий на отношения в коллективе;
в) определяющий цели организации;
г) оказывающий влияние на формирование корпоративной культуры.
66. Высший руководитель организации:
а) приобретает власть в силу назначения и может не обладать качествами лидера;
б) является формальным лидером и не обязательно обладает качествами лидера;
в) обязательно должен обладать качествами лидера;
г) является избираемым лицом и должен обладать качествами лидера.
67. В сфере сервиса работник:
а) призван выступать в качестве лидера не только по отношению к своим сослуживцам, но и в отношениях к клиентам компании;
б) предпочитает уступать лидерство в отношениях с клиентами;
в) не принимает на себя функции лидера в отношениях с клиентами, но уклоняется от принятия лидерства клиента;
г) в отношениях с клиентами избегает признания лидерства.
68. Психологические стрессы работников, осуществляющих функции менеджеров в сфере сервиса и туризма:
а) негативно влияют на человека и нежелательны;
б) являются приспособительной реакцией на изменения, происходящие в компании и ее внешней среде, и обеспечивают развитие человека и организации;
в) недопустимы и должны предотвращаться;
г) отрицательно характеризуют работника.
69. Основной целью ВТО является:
а) удовлетворение потребностей населения стран — членов ВТО в туристических услугах;
б) содействие экономическому развитию стран — членов ВТО;
в) обеспечение мира и взаимопонимания между странами;
г) содействие развитию туризма для внесения вклада в экономическое развитие, международное взаимопонимание, мир, процветание, всеобщее уважение и соблюдение прав человека и основных свобод для всех людей без различия расы, пола, языка и религии.
70. Высшим органом ВТО является:
а) секретариат ВТО;
б) Генеральная ассамблея ВТО;
в) президент Генеральной ассамблеи ВТО;
г) Исполнительный совет ВТО.

Вопросы к дифференцированному зачету:
1. Основные цели, функции, этапы туристского маркетинга.
2. Государственное регулирование туристской деятельности.
3. Основные понятия туризма по российскому законодательству.
4. Права и обязанности турфирм.
5. Права и обязанности туриста.
6. Нормативно – правовое регулирование туристской деятельности.
7. Сущность туроператорской деятельности.
8. Сущность деятельности турагентов.
9. Классификация фирм – туроператоров.
10. Структура турпродукта.
11. Каналы распределения турпродукта.

12. Цена и ценообразование в туризме.
13. Мероприятия и деятельность маркетинга в туризме.
14. Виды и цели маркетинговых исследований.
15. Методы сбора информации.
16. Классификация видов рекламы.
17. Территориальная направленность рекламы.
18. Технология создания рекламно – информационного продукта.
19. Рекламное стимулирования спроса.
20. Основные рекламные средства.
21. Рекреация и туризм: соотношение понятий.
22. Туристские рекреационные ресурсы.
23. Прямые рекреационные ресурсы.
24. Концепция фирменного стиля в туризме.

Задача 1.
Рассчитать стоимость тура в Турцию (Анталия) предлагаемые туроператором для группы из 40 человек включая сопровождающего, если известна стоимость билета на одного пассажира 175$, а цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 35$. Срок пребывания 15 дней - 14 ночей.
Задача 2.
Определить стоимость тура в г. Париж предлагаемые туроператором для группы из 20 человек, если известна стоимость билетов туда и обратно - 250$, цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 50$. Срок пребывания 5дней – 4 ночи.
Задача 3.
Найти стоимость тура Санкт-Петербург – Москва предлагаемые туроператором для группы 21 человек включая экскурсовода, если известно, что стоимость билета туда и обратно 100$. Цена проживания 30$(в сутки), питание 20$ на одного туриста. Экскурсионная и культурная программа 45$ на одного туриста. Срок поездки 4 дня – 3 ночи.
Задача 4.
Определить стоимость тура Краснодар – Киев предлагаемые туроператором для группы 21 человек, включая экскурсовода, если известно, что стоимость билета туда и обратно 100$, цена проживания 20$, питание 20$ на одного туриста, экскурсионная и культурная программа 55$ на одного туриста. Срок поездки 6 дней – 5 ночей.
Задача 5.
Найти стоимость тура в Италию (Милан) предлагаемые туроператором для группы из 20 человек включая сопровождающего, если известна стоимость билета на одного пассажира 175$, а цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 35$. Срок пребывания 7 дней - 6 ночей.
Задача 6.
Рассчитать стоимость тура в г. Париж предлагаемые туроператором для группы из 30 человек, если известна стоимость билетов туда и обратно - 250$, цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 50$.Срок пребывания 10 дней – 9 ночей.
Задача 7.
Определить долю рынка туристской фирмы «Розовый слон», если известно, удельный вес туристского продукта в сентябре 28, а емкость рынка 112.
Задача 8.
Рассчитать долю рынка туристской фирмы «Калейдоскоп», если известно, удельный вес туристского продукта в августе 35, а емкость рынка 145.
Задача 9.
Найти долю рынка туристской фирмы «Путешествия», если известно, емкость туристского рынка марте145, а удельный вес туристского продукта 20.

5.2. Темы письменных работ

1.Ассортиментная политика в маркетинге турфирмы.
2.Разработка специализированного образовательного (обучающего) тура за рубеж.
3.Проектирование и технология организации религиозных туров.
4.Проектирование и технология реализации образовательных туров.
5.Разработка специализированного обучающего тура для иностранных студентов, изучающих русский язык.
6.Программирование специализированных туров для иностранцев в Ростовской области.
7.Детский туризм и его проектировочные и технологические особенности.
8.Экотуризм и его проектирование и технологические особенности.
9.Туризм выходного дня и его проектировочные и технологические особенности.
10.Монопрофильные и многопрофильные туристские операторы российского рынка.
11.Ведущие туристские операторы российского рынка, туристские компании—брэнды российского рынка.
12.Исследование туристского продукта ведущих российских туроператоров, формирующих массовые туры на отдых российских граждан, на примере Турции; (параметры: перечень услуг, стоимость тура, порядок бронирования).
13.Исследование туристского продукта ведущих российских туроператоров, формирующих массовые туры на отдых российских граждан, на примере Египта; (параметры: перечень услуг, стоимость тура, порядок бронирования).
14.Исследование туристского продукта ведущих российских туроператоров, формирующих массовые туры на отдых российских граждан, на примере Таиланда; (параметры: перечень услуг, стоимость тура, порядок бронирования).

15.Исследование туристского продукта ведущих российских туроператоров, формирующих массовые туры на отдых российских граждан, на примере ОАЭ; (параметры: перечень услуг, стоимость тура, порядок бронирования).
16.Исследование туристского продукта ведущих российских туроператоров, формирующих массовые туры на отдых российских граждан, на примере Китая; (параметры: перечень услуг, стоимость тура, порядок бронирования).
17.Сравнительный анализ основных маршрутов, предлагаемых российскими туроператорами на рынке для массового отдыха российских туристов в Турции; (по основным услугам, включенным в турпакет).
18.Сравнительный анализ основных маршрутов, предлагаемых российскими туроператорами на рынке для массового отдыха российских туристов в Египте; (по основным услугам, включенным в турпакет).
19.Сравнительный анализ основных маршрутов, предлагаемых российскими туроператорами на рынке для массового отдыха российских туристов в Таиланде; (по основным услугам, включенным в турпакет).
20.Сравнительный анализ основных маршрутов, предлагаемых российскими туроператорами на рынке для массового отдыха российских туристов в ОАЭ; (по основным услугам, включенным в турпакет).
21.Сравнительный анализ основных маршрутов, предлагаемых российскими туроператорами на рынке для массового отдыха российских туристов в Китае; (по основным услугам, включенным в турпакет).
22.Исследование туристского продукта ведущих российских туроператоров, формирующих массовые экскурсионные туры для российских граждан в Западную Европу, на примере Франции; (параметры: перечень услуг, стоимость тура, порядок бронирования).
23.Исследование туристского продукта ведущих российских туроператоров, формирующих массовые экскурсионные туры для российских граждан в Западную Европу, на примере Италии; (параметры: перечень услуг, стоимость тура, порядок бронирования).
24.Сравнительный анализ основных маршрутов, предлагаемых российскими туроператорами на рынке экскурсионного туризма для российских туристов на примере автобусных туров по Европе; (по основным услугам, включенным в турпакет).
25.Исследование туристского продукта ведущих российских туроператоров, организующих прием групп иностранных туристов в РФ и обслуживание их по традиционным маршрутам (параметры: перечень услуг, стоимость тура, порядок бронирования).
26.Сравнительный анализ основных маршрутов, предлагаемых российскими туроператорами на рынке экскурсионного туризма для иностранных туристов на примере Москвы, Санкт-Петербурга, городов «Золотого кольца» (по основным услугам, включенным в турпакет).
27.Ведущие российские инсайдинговые туроператоры и их характеристики (на конкретном примере).
28.Исследование туристского продукта ведущих российских туроператоров, формирующих массовые туры на отдых российских граждан, на примере Белокурихи/ Горного Алтая (параметры: перечень услуг, стоимость тура, порядок бронирования).
29.Сравнительный анализ основных маршрутов, предлагаемых российскими туроператорами на рынке для массового отдыха российских туристов на примере Горного Алтая/Байкала (по основным услугам, включенным в турпакет).
30.Сравнительная характеристика предлагаемых условий перевозки туристов-индивидуалов регулярными рейсами российских и зарубежных авиакомпаний (параметры: перечень услуг, стоимость тура, порядок бронирования).
31.Ведущие российские туроператоры, специализирующиеся на деловом туризме.
32.Ведущие российские туроператоры, специализирующиеся на круизном туризме.
33.Сравнительная характеристика ежегодной московской международной выставки «Путешествия и туризм» (MITT) с «Интурмаркетом» (стоимость, программа, посещаемость, результативность).
34.Лидирующая позиция интернета в качестве носителя рекламной информации. Оценка преимуществ и недостатков web-сайта конкретного туроператора.
35.Автоматизация документооборота в туроперейтинге.
36.Сравнительная характеристика наиболее популярных в российском туроперейтинге программных комплексов.
37.Совершенствование технологий разработки заказных программ

5.3. Фонд оценочных средств

Вопросы и задания:
1.Охарактеризуйте основные группы затрат на качество, назовите элементы затрат каждой группы.
2. Охарактеризуйте классификации затрат на качество ДжуранаФейгенбаума и Кросби.
3. Охарактеризуйте структуру и состав затрат на соответствие продукции
4. Охарактеризуйте структуру и состав затрат из-за несоответствия продукции
5. Перечислите основные направления снижения затрат на качество, дайте им краткую характеристику
6. Охарактеризуйте связь затрат на качество с уровнем качества продукции
7. Дайте характеристику понятию «оптимальный уровень качества». Каким образом он достигается?

Вопросы:
1.Основные свойства и виды услуг
2.Критерии качества услуг
3.Методы оценки качества услуг

Вопросы и задания:
1.Перечислите и раскройте содержания основных свойств услуг.
Проиллюстрируйте эти свойства примерами.
2.На основе каких критериев осуществляется оценка качества услуг?
3.В чем заключается идея Gap-модели?
4.Раскройте содержание методики SERVQUAL.
5.Что означает термин «Зона толерантности» применительно к
оценке качества услуг?

5.4. Перечень видов оценочных средств

тестирование
устный опрос
письменный опрос
дифференцированный зачет

Приложение. МДК.02.04 Организация сопровождения туристов и экскурсантов

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

ВОПРОСЫ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ
Вариант 1
1. Назовите источники опасности в процессе оказания туристских услуг.
2. Охарактеризуйте специфические риски в процессе оказания туристских услуг.
Вариант 2
1. Назовите виды риска в туризме.
2. Охарактеризуйте способы снижения риска травмоопасности при совершении путешествий.
Вариант 1
1. Особенности обеспечения безопасности туристов на маршрутах повышенной опасности.
2. Охарактеризуйте способы снижения риска пожароопасности при совершении путешествий.
Вариант 3
1. Механизм выплаты страховой суммы при сервисном и компенсационном страховании.
2. Охарактеризуйте способы снижения риска биологической опасности при совершении путешествий.
Вариант 4
1. Виды страхования в туризме
2. Охарактеризуйте способы снижения риска гидрометеорологической опасности при совершении путешествий.
Вариант 5
1. Особенности страхования туристов в зарубежной поездке.
2.Охарактеризуйте способы снижения риска радиоактивной опасности при совершении путешествий.
Вариант 6
1. Правила перевозки детей автомобильным транспортом.
2.Охарактеризуйте способы снижения риска психофизиологической опасности при совершении путешествий.
Вариант 7
1. Субъекты, обеспечивающие безопасность туристов.
2. Перечень мер по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов).
Вариант 8
1. Правила обеспечения туристов при перевозке автомобильным транспортом.
2. Требования к туристским организациям по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов).
Вариант 9
1. Принципы формирования медицинской аптечки туристов.
2. Обязанности туристов по обеспечению личной безопасности при совершении путешествий.
Вариант 10
1. Правила обеспечения безопасности туристов при перевозке морским и водным транспортом.
2. Особенности обеспечения безопасности туристов, путешествующих по внутренним туристским маршрутам.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ 1
1. Вставьте ключевые слова.
Слово «туризм» происходит от французского tour /прогулка, поездка/ и означает … в свободное время, один из видов активного … .
2. Вставьте ключевые слова.
Любое лицо, въезжающее в какую- нибудь страну для работы, оплачиваемой из источника в этой стране, считается … , а не туристом этой страны.
3. Дайте определение понятия «экскурсант».

4. Докончите предложение.
Туризм, связанный с посещением и использованием с целью отдыха и оздоровления природных объектов: морей, рек, озер, называется …
5. Дайте характеристику лечебно- оздоровительного туризма.
6. Назовите виды спортивного туризма.
7. Вставьте ключевые слова.
В групповых турах программа сформирована заранее и может изменяться только за счет приобретения … услуг при сохранении общего времени пребывания на … .
8. Продолжите предложение.
Руководитель туристского предприятия несет ответственность за подготовленность персонала к действиям в чрезвычайных … .
9. Дайте определение безопасности в туризме.
10. Дайте определение технологической карты туристского путешествия.
11. Докончите предложение.
Руководитель туристской группы отвечает за дисциплину, порядок, технику безопасности на … .
12. Опишите алгоритм действий руководителя туристской группы при обслуживании туристов на автобусном маршруте.
13. Ответьте, кто несет ответственность за подготовленность персонала турфирмы к действиям в чрезвычайных ситуациях /стихийные бедствия, захват заложников и т. д. /
14. Выберите правильный ответ.
Отправляясь в путешествие, турист обязан запастись лекарствами, которыми он обычно пользуется, и средствами первой помощи.
Ответ: да, нет.
15. Назовите документ, который по возвращении из поездки руководитель туристской группы представляет руководству турфирмы.
16. Вставьте ключевые слова.
Туристское снаряжение и инвентарь, применяемые при обслуживании туристов, должны соответствовать …, установленным действующей нормативной …на эти виды
снаряжения.
17. Вставьте ключевые слова.
В каждом туристском предприятии должны быть разработаны и утверждены планы действий персонала в чрезвычайных … /стихийных бедствиях, пожарах и других/,
включающие взаимодействие с местными органами …, участвуюшими в спасательных работах.
18. Вставьте ключевые слова.
Эксплуатацию объектов обслуживания необходимо осуществлять в строгом соответствии с требованиями правил пожарной … и других утвержденных нормативных
… .
19. Докончите предложение.
Ответственность за проведение инструктажа туристов, в том числе по обеспечению безопасности, возлагается на … … … .
20. Определите вид услуг по описанию:
- услуги по организации и проведению экскурсий;
- услуги экскурсовода;
- услуги гида-переводчика;
- услуги сопровождающего.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ 2
1. Вставьте ключевые слова.
Туризм стал …, которое вошло в повседневную … сотен миллионов людей.
2. Докончите предложение.
Человек, путешествующий в другое место в пределах одной страны или в другую страну для осуществления деятельности, оплачиваемой из источника в этом месте, не считается … .
3. Вставьте ключевые слова.
Гиды - это профессионально подготовленные лица, осуществляющие деятельность по ознакомлению … с объектами показа в стране или месте … пребывания.
4. Дайте определение выездного туризма.
5. Дайте характеристику лечебно - оздоровительного туризма.
6. Охарактеризуйте деловой туризм.
7. Вставьте ключевые слова.
Безопасность туризма - безопасность туристов /экскурсантов/, сохранность их имущества, а также нанесение … при совершении путешествий … среде, материальным и духовным ценностям общества, безопасности государства.
8. Вставьте ключевые слова.
В каждом туристском предприятии должны быть разработаны и утверждены планы действий персонала в чрезвычайных … /стихийных бедствиях, пожарах и других/,
включающие взаимодействие с местными органами …, участвуюшими в спасательных работах.
9. Вставьте ключевые слова.
Эксплуатацию объектов обслуживания необходимо осуществлять в строгом соответствии с требованиями правил пожарной

… и других утвержденных нормативных … .
10. Дайте определение понятия «Портфель экскурсовода»
11. Вставьте ключевые слова.
Руководитель, сопровождающий туристов в зарубежном туре, должен знать особенности …, … и валютного регулирования туристской деятельности
12. Докончите предложение.
Подготовка к походу включает проведение обязательного медицинского освидетельствования всех участников, инструктаж по технике безопасности на маршруте и оказанию … … …. .
13. Вставьте ключевые слова.
Туроператоры и турагенты обязаны предоставить туристам исчерпывающие сведения об особенностях путешествий, а также об ... , с которыми они могут встретиться при
совершении путешествий и осуществить предупредительные меры, направленные на обеспечение … туристов.
14. Выберите правильный ответ.
Гид должен иметь навыки поведения в экстремальных ситуациях /кража имущества туристов, поломка или авария автобуса, пропажа туриста, отсутствие связи с группой,
несчастный случай, травма, стихийное бедствие и т. д. /.
15. Опишите проблемы, с которыми может столкнуться сопровождающий туристскую группу в поездке.
16. Вставьте ключевые слова. В каждом туристском предприятии должны быть разработаны и утверждены планы действий персонала в чрезвычайных … (стихийных
бедствиях, пожарах и других), включающие взаимодействие с местными органами …, участвующими в спасательных работах.
17. Докончите предложение.
Руководитель туристского предприятия несет ответственность за подготовленность персонала к действиям в чрезвычайных … .
18. Докончите предложение.
Руководитель туристской группы отвечает за дисциплину, порядок, технику безопасности на … .
19 . Вставьте ключевые слова
Оценку и контроль качества исполнения туристских и экскурсионных услуг осуществляют с помощью … и … методов.
20. Вставьте ключевые слова.
При категорировании … в первую очередь учитываются такие препятствия, которые дают туристам технический опыт, необходимый для безопасного прохождения последующих…

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ
1. Вставьте ключевые слова.
Туризм по праву считается одной из крупнейших, высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей…, являясь активным источником поступлений … средств.
2. Вставьте ключевые слова.
Туризм – это временные … граждан РФ, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места… в лечебно – оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно- спортивных, деловых, религиозных или иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране временного пребывания.
3. Дайте определение въездного туризма.
4. Найдите ошибку.
Познавательная функция туризма связана с получением дохода от туристской деятельности, пребыванием туристов в месте назначения, а также с перераспределением финансовых средств между регионами в соответствии с туристскими потоками.
5. Дайте определение приключенческого туризма.
6. Назовите три этапа выполнения маршрута.
7. Вставьте ключевые слова.
Эксплуатацию объектов обслуживания туристов необходимо осуществлять в строгом соответствии с требованиями пожарной … и других утвержденных нормативных … .
8. Вставьте ключевые слова.
При оказании туристских услуг должен быть обеспечен приемлемый уровень риска для … и … туристов, как в обычных условиях, так и в чрезвычайных … .
9. Дайте определение технологической карты экскурсии.
10. Вставьте ключевые слова.
Разработка трасс походов должна осуществляться по территориям с благоприятными природными условиями, отвечающими экологическим и санитарно-… нормам и требованиям, установленным в действующей нормативной документации (ССБТ, стандартам в области охраны природы), а также с учетом реальных возможностей развития конкретного вида ….
11. Найдите ошибку.
Руководитель туристской группы должен постоянно следить за своим внешним видом, за внешним видом туристов, служить примером корректного обращения как с туристами, так и с обслуживающим персоналом гостиниц, предприятий питания, транспорта.
12. Вставьте ключевые слова.
Инструктор проводит беседу о предстоящем походе, акцентирует внимание на особенностях …, естественных препятствиях, опасных местах, разъясняет важность строгого соблюдения …, правил поведения, режима бодрствования и отдыха.
13. Выберите правильный ответ.
Туристы, предполагающие совершить путешествие в страну, в которой они могут подвергнуться повышенному риску

инфекционных заболеваний, обязаны проходить профилактику в соответствии с международными медицинскими требованиями.
14. Вставьте ключевые слова.
Ответственность страховой фирмы по договору страхования начинается с момента объявления … в пассажирский поезд и заканчивается в момент ухода на станцию назначения, но не более, чем в течение … часа после прибытия пассажирского поезда.
15. Назовите 4 качества, которыми должен обладать руководитель туристской группы.
16. Дайте определение туристского маршрута.
17. Вставьте ключевые слова.
Допустимый уровень вредных веществ в воздухе зон обслуживания туристов, помещений, транспортных средств должен быть не выше, чем установлено общими санитарно- … требованиями к воздуху рабочей зоны, а также другими санитарными нормами и … .
18. Докончите предложение.
Ответственность за проведение инструктажа туристов, в том числе по обеспечению безопасности, возлагается на … … … .
19. Определите вид услуг по описанию:
- услуги по организации и проведению экскурсий;
- услуги экскурсовода;
- услуги гида-переводчика;
- услуги сопровождающего.
20. Вставьте ключевые слова.
Активный отдых в природных условиях способствует быстрому сил и работоспособности, хорошо укрепляет …, тренирует и закаляет организм человека.

Вопросы к дифференцированному зачету:
1. Понятие, сущность и особенности туристского рынка.
2. Развитие индустрии гостеприимства.
3. Социально-экономические условия развития въездного и выездного туризма.
4. Роль въездного и выездного туризма.
5. Въезд иностранных граждан в Российскую Федерацию.
6. Выезд граждан Российской Федерации за рубеж
7. Проблемы и перспективы развития туризма в России.
8. Место России в международном туризме. Основные показатели развития туризма в России.
9. Положение об организации и проведению туристских походов экспедиций и экскурсий.
10. Правила предоставления услуг по организации, реализации и осуществлению экскурсионных автобусных туров.
11. Порядок организации, реализации и осуществления автобусных экскурсионных туров,
специфику данных туров, основные обязанности и ответственность туроператоров, турагентов и туристов
12. Особенности обучения некоторых категорий актива.
13. Ознакомление инструктора с учебной группой. Топография туриста.
14. Рекреационно-оздоровительные походы: требования к маршруту и порядок организации. Понятие «поход».
15. Классификация туристских походов.
16. Организация и подготовка походов (массового многодневного, учебного или спортивного).
17. Схема последовательности этапов организации и подготовки похода с разделением на три основных направления.
18. Нормативные требования по технической сложности, предъявляемые к походам различных категорий сложности
19. Маршрутная документация для проведения спортивно-туристического похода
20. Правила оформления маршрутной (заявочной) книжки похода и отчет о проведении спортивного похода.
21. Правила составления отчетов по итогам туристской поездки
22. Риск для жизни и здоровья человека в туристско-экскурсионном обслуживании
23. Порядок проведения инструктажа о соблюдении правил туристской группы
24. Требования перед проведением туристского похода, экскурсии.
25. Требования во время проведения туристского похода, экскурсии, экспедиции.
26. Организация туристских походов и обеспечение безопасности туристов при их проведении.
27. Требования предъявляемые к субъектам туристической деятельности при организации ими активного отдыха для туристов.
28. Причины, способствующие возникновению несчастного случая. Системный анализ структуры обеспечения безопасности участников туристских походов на классификационной основе.
29. Основные правила безопасности при движении
30. Передвижение по болоту, при преодолении водных препятствий, при преодолении горных склонов, при пожарной безопасности в лесах. Охрана природы. При устройстве привалов, ночлегов, очагов.
31. Инструкция туристских походов, экспедиций и экскурсий с учащимися, воспитанниками и студентами Российской Федерации
32. Общие положения. Права и обязанности сторон
33. Документы, регламентирующие деятельность по обеспечению безопасности при проведении туристско-краеведческих мероприятий

34. Правовое обеспечение перевозок воздушным транспортом. Документационное обеспечение автобусных туров. Паспорт туристского автобусного маршрута.
35. Городской транспорт и его опасности. Железнодорожный транспорт и его опасности. Воздушный транспорт и его опасности.
36. Авиаперевозки. Железнодорожный транспорт. Автобусные туры. Водные перемещения.
37. Специфика работы руководителя туристской группы на различных транспортных туристских маршрутах.

5.2. Темы письменных работ

1. Сопровождение туристов на транспорте.
2. Классификация транспортных услуг по видам перевозки.
3. Средства информирования туриста о транспортных средствах
4. Технология и организация сопровождения туристов, путешествующих авиационным транспортом.
5. Разновидности авиабилетов и условий их приобретения.
6. Договорная составляющая при бронировании авиабилетов: блоки мест, пулы.
7. Регулярные авиарейсы. Чартеры и их виды.
8. Процедура регистрации пассажиров и багажа в аэропорту.
9. Паспортно-визовые формальности в аэропорту и их место в туристском сопровождении.
10. Таможенные формальности в аэропорту и их место в туристском сопровождении.
11. Технология и организация сопровождения туристов в гостиницах и других объектах размещения.
12. Особенности предоставления и ассортимент услуг в гостиницах.
13. Технологический цикл обслуживания в гостиницах.
14. Взаимодействие гостиницы, туроператора, турагента, клиента при бронировании номеров. Взаимодействие гостиницы, туроператора, турагента, клиента во время
обслуживания в гостинице.
15. Страхование в туризме: сущность, классификация, правовые основы регулирования страховой деятельности в России и за рубежом.
16. Виды страхования туристов.
17. Страхование туристов: медицинское страхование, страхование на транспорте, имущественное страхование, страхование от невыдачи виз, страхование личного
транспортного средства.
18. Страхование в системе выездного, въездного и внутреннего туризма.
19. Страхование ответственности туроператоров. От неоказания или ненадлежащего оказания туроператорских услуг.
20. Страхование коммерческих рисков туристских фирм.
21. Приемы эффективного общения, культура речи экскурсовода.

5.3. Фонд оценочных средств

Вопросы 1:
1. Особенности подготовки туров.
2. Реализация туристского продукта.
3. Информационное сопровождение туров, осуществляемое одним из ведущих
туроператоров (на выбор студента выступление с докладом).
4. Сопровождение туристов во время экскурсионных программ.

Вопросы 2.
Технология и организация сопровождения туристов, путешествующих железнодорожным транспортом.
2. Способы и условия бронирования и приобретения железнодорожных билетов.
3. Туристские поезда и вагоны.
4. Тенденции и перспективы в развитии железнодорожного обслуживания пассажиров в России и за рубежом.

Решение кейса:
Продажа тура при личной встречи. Данная работы выполняется в паре. Один студент выполняет роль менеджера туристкой фирмы, другой клиента. Менеджеру необходимо установить контакт с туристом, выявить его потребность, презентовать турпродукт, завершить продажу. Время на выполнение отводится 10 мину. За это время, студент должен суметь определить потребности (желания) туриста при помощи открытых и закрытых вопросов.

Вопросы 3.
1. Технология и организация сопровождения туристов, путешествующих автотранспортом.
2. Особенности организации экскурсионного автобусного обслуживания.
3. Регламент по проведению автобусной турпрограммы.
4. Особенности предоставления услуг во время проведения экскурсионных туров по Золотому Кольцу России.

Ситуационные задачи:
1. Семья из трех человек-мама, папа и ребенок 5-ти-лет решила поехать в Европу на автомобиле. При этом сам автомобиль принадлежит родственнику. По истечении определенного времени вся семья собрала и подала документы в консульство. Консульство Франции, рассмотрев документы, отказало в выдаче визы без уточнения причин. Перечислить пакет документов,

необходимый для предоставления визы во Францию.
2. Турист, оплатив пакет услуг, приходит в день поездки (уже после вылета самолета) в тур. фирму и требует возмещения стоимости поездки. Выясняется, что его не пропустили пограничники, т.к. у ребенка, которому 7лет не было разрешения от второго родителя. Туристическая фирма, по договору не несет ответственности за прохождение паспортного таможенного контроля. Перечень необходимых документов, которые должен был представить родитель при прохождении таможенного контроля для выезда ребенка за границу.

Ситуационные задачи:
1. Заполните анкету на визу в Италию и укажите места подписи анкеты:
Клиент Смирнов Иван Петрович 12.08.1978 г.р. паспорт ОЗП 42 0812365 выдан 01.06.2012 действителен до 01.06.2022 отделом УФМС 70009. Паспорт РФ 6902 112354 выдан
Октябрьским РОВД г. Томска. Разведен. Страна рождения г. Кемерово. Проживает по адресу: г. Томск, ул. Смирнова 46 кв.22, дом. Тел: 789238, сот: 89523338732. Работает ООО «Северный Ветер» инженером. Адрес фирмы г. Томск, пер. Сокко 12/2 оф. 25. Тел. 525332. Цель поездки туристическая, период поездки с 02.12.14 по 10.12.2014. Отец: Смирнов Петр Владимирович, Мать Смирнова Татьяна Ивановна. Поездка в первые.
2. Проконсультируйте туриста по необходимому пакету документов на визу в страны ЕС. Проверьте документы у туриста.
3. Начинающая туристская фирма, создавая тур в Таиланд, рассчитанный на высокий сезон, стремилась сделать его насыщенным и интересным. Включив в турпакет авиабилет, проживание в хорошей гостинице, трансферы, трехразовое питание, несколько экскурсий, страховку с покрытием 30 тыс. $ US, а также свою прибыль, фирма получила цену турпакета, равную 1799 $ US. Звонили клиенты, интересовались туром. Но фирма потерпела неудачу, продав в высокий сезон Нового года всего два турпакета. Ошибки в действиях туристской фирмы.
4. При регистрации группы на горнолыжный маршрут в аэропорту выясняется, что несколько туристов взяли с собой лыжи, причем вес их багажа без лыж составляет 20 кг, т. е равен норме бесплатной перевозки. Дежурная по регистрации говорит о необходимости дополнительной платы за провоз лыж. Туристы платить не хотят. Какие действия предпринимает руководитель туристской группы?

5.4. Перечень видов оценочных средств

Выполнение практических заданий, выступление с докладом.
Составление презентации и выступление.
Подготовка и выступление с докладами.
Выполнение практических заданий.

Решение кейса.
Дифференцированный зачет