

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.11.2022 17:51:46
Уникальный программный ключ:
e68634da050325a9234284dd96b4f0f8b288e139

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»
Тобольский педагогический институт им. Д.И.Менделеева (филиал)
Тюменского государственного университета

УТВЕРЖДЕНО
Заместителем директора филиала
Шитиковым П.М.
РАЗРАБОТЧИК
Першина Н.В.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
МДК.01.02 ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТуРАГЕНТСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
рабочая программа дисциплины для обучающихся по программе подготовки
специалистов среднего звена
43.02.10 Туризм
(базовая подготовка)
форма обучения очная

Першина Н.В. Фонд оценочных средств учебной дисциплины «Технология и организация турагентской деятельности» для студентов специальности 43.02.10 Туризм. Форма обучения – очная. Тобольск, 2022.

Фонд оценочных средств учебной дисциплины «Технология и организация турагентской деятельности» разработан на основе ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 мая 2014 года, N 474.

© Тобольский педагогический институт им. Д.И.Менделеева (филиал) Тюменского государственного университета, 2022

© Першина Наталья Валентиновна, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|---|
| 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФОНДОВ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ | 3 |
| 2. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ | 5 |
| 3. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 6 |

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФОНДОВ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения программы.

Фонд оценочных средств учебной дисциплины «Технология и организация турагентской деятельности» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм.

Фонд оценочных средств учебной дисциплины может быть использован в профессиональной подготовке студентов по квалификации – специалист по туризму.

1.2. Место дисциплины в структуре программы подготовки специалистов среднего звена. Дисциплина входит в Профессиональный цикл в составе профессионального модуля ПМ 01 Предоставление турагентских услуг, МДК.01.02.

1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины. В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

Общими компетенциями:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Профессиональными компетенциями:

ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.

ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.

ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.

ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).

ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.

ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.

| Код | Умения | Знания |
|-----|--------|--------|
|-----|--------|--------|

| ПК, ОК | | |
|---------------------------------|---|---|
| ОК1- ОК9, ПК1.1 -ПК1.7 | <p>У1 - определять и анализировать потребности заказчика;</p> <p>У2 - выбирать оптимальный туристский продукт;</p> <p>У3 - осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);</p> <p>У4 - составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;</p> <p>У5 - взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;</p> <p>У6 - осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;</p> <p>У7 - принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;</p> <p>У8 - обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;</p> <p>У9 - разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;</p> <p>У10 - представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;</p> <p>У11 - оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;</p> <p>У12 - оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;</p> <p>У13 - составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);</p> <p>У14 - приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;</p> <p>У15 - принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;</p> <p>У16 - предоставлять потребителю полную и</p> | <p>31 - структуры рекреационных потребностей, методов изучения и анализа запросов потребителя;</p> <p>32 - требований российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательных основ взаимодействия турагента и туроператора;</p> <p>33 - различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;</p> <p>34 - методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;</p> <p>35 - технологии использования базы данных;</p> <p>36 - статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;</p> <p>37 - особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;</p> <p>38 - виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;</p> <p>39 - характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;</p> <p>310 - правила оформления деловой документации;</p> <p>311 - правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;</p> <p>312 - перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;</p> <p>313 - перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих</p> |

| | <p>актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;</p> <p>У17 - консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;</p> <p>У18 - доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.</p> | <p>стран гражданами Российской Федерации;</p> <p>314 - требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;</p> <p>315 - информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.</p> | |
|---------------------------|--|--|---|
| № п/п | Темы дисциплины, МДК, разделы (этапы) практики, в ходе текущего контроля, вид промежуточной аттестации с указанием семестра | Код контролируемой компетенции (или её части), знаний, умений | Наименование оценочного средства (с указанием количества вариантов, заданий и т.п.) |
| Разделы дисциплины | | | |
| 1 | Сущность и организация турагентской деятельности. | У3, У5, У7, 32, ОК1 – ОК5. | Опрос, тесты (8 тестов, 2 варианта), письменные работы (2), практические задания (2). |
| 2 | Обеспечение реализации технологии турагентской деятельности. | У4, У6, У8, У12 – У14, У16 – У18, 32 - 36, 310-315, ОК1-ОК5, ОК 9, ПК1.2, ПК 1.5-ПК1.7. | Опрос, тесты (12 тестов, 2 варианта), письменная работа, практические задания (6). |
| 3 | Организация продаж и продвижения турпродукта. | У1 – У5, У9 – У11, У15, 31, 33 – 39, ОК1-ОК9, ПК 1.1-ПК1.4. | Опрос, тесты (8 тестов, 2 варианта), письменная работа, практические задания (7). |
| 4 | Зачет (5 семестр) | У1 – У18, 31 – 315, ОК1-ОК9, ПК 1.1-ПК1.7. | Тесты (24 теста, 2 варианта). Устный опрос по вопросам к зачету (36 вопросов), практические задания (10). |

2. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

3. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тест (8 вопросов, 2 варианта)

Выберите правильный ответ

Вариант 1.

1. Туризм:

- а) временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания;
- б) туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;
- в) туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации;
- г) туризм, организуемый туристами самостоятельно.

2. Турагентская деятельность:

- а) комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта;
- б) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем;
- в) деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом;
- г) деятельность по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт.

3. Федеральный закон РФ № 132 – ФЗ «Об основах туристской деятельности» в Российской Федерации был принят в:

- а) 1996 г.
- б) 1991 г.
- в) 2005 г.
- г) 2007 г.

4. К основным формам взаимодействия туроператора и турагента относят:

- а) продажа турпродукта от имени и по поручению туроператора;
- б) покупка турпродукта от имени и по поручению туроператора;
- в) продажа турпродукта от имени и по поручению туриста;
- г) покупка турпродукта от имени и по поручению туриста;

Вариант 2.

1. Главным отличием турагентов от туроператоров является:

- а) высокий уровень доходов;
- б) отсутствие функции создания турпродукта;
- в) отсутствие функции реализации турпродукта;
- г) отсутствие функции продвижения турпродукта.

2. Федеральный закон РФ № 132 – ФЗ «Об основах туристской деятельности» в Российской Федерации устанавливает время предъявления претензии к качеству оказанной услуги после фактического окончания тура равным:

- а) 30 дням;
- б) 20 дням;
- в) 14 дням;
- г) 10 дням.

3. Федеральный закон РФ № 132 – ФЗ «Об основах туристской деятельности» в Российской Федерации определяет турпродукт, как:

- а) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену;
- б) комплекс услуг, включающий в себя перевозку, размещение и медицинское страхование;
- в) комплекс услуг, включающий любой набор услуг на усмотрение туроператора, оказываемых за общую цену;
- г) комплекс услуг по размещению и медицинскому страхованию.

4. Наиболее часто используемой в России организационно-правовой формой для создания турфирмы является:

- а) командитное товарищество;
- б) кооператив;
- в) общество с ограниченной ответственностью;
- г) акционерное общество.

Письменные работы

1. Составление словаря терминов по теме «Понятие и виды турагентской деятельности».
2. Составление схемы «Создание туристской фирмы».

Практические задания

1. Назовите 5 российских источников информации о туристских ресурсах и охарактеризуйте их.
2. Составьте деловое письмо с предложением туроператора о сотрудничестве с турагентом.
3. Составьте список обучающих мероприятий, которые необходимо организовать туроператору для персонала турагента и обоснуйте их необходимость.

| | |
|--|---|
| Раздел 2. Обеспечение реализации технологии турагентской деятельности. | У4, У8, У12 – У14, У16 – У18, 32 - 36, 310-315, ОК1-ОК5, ПК1.2, ПК 1.5-ПК1.7. |
|--|---|

Тест (12 вопросов, 2 варианта)

Выберите правильный ответ

Вариант 1.

1. Согласно Закону РФ «О защите прав потребителей» потребитель имеет право на полную и достоверную информацию о:

- а) продукте, товаре, (услуге);
- б) истории возникновения предприятия;
- в) размерах прибыли компании;
- г) персональных данных руководителя предприятия.

2. Что означает тип питания ВО:

- а) только завтрак;
- б) полупансион (завтрак+обед);
- в) полупансион (завтрак+ужин);
- г) без питания.

3. Туристский ваучер – это:

- а) документ, на основании которого выдается виза;

- б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой;
- в) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии;
- г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг.

4. Транзитная виза – это виза, которая выдается для транзитного проезда (пересадки) через территорию государства, с правом остановки в пункте пересадки не более чем на:

- а) 72 часа;
- б) 48 часов;
- в) 24 часа;
- г) 12 часов.

5. К национальным (российским) системам бронирования относят:

- а) программный комплекс «САМО-Турагент»;
- б) 1001hotels.ru, www.alean.ru и др.;
- в) Sabre, Galileo, Worldspan Amadeus;
- г) Сирена, Экспресс, Кипарис, Avantix, Matisse.

6. Какой документ относят к документам строгой отчетности туристской фирмы:

- а) устав предприятия;
- б) бухгалтерский баланс;
- в) отчет о прибылях и убытках;
- г) туристскую путевку.

Вариант 2.

1. Что из приводимого ниже относится к существенным условиям договора о туристском обслуживании:

- а) информация о туроператоре и турагенте (продавце), включая данные о лицензии на осуществление туристской деятельности, его юридический адрес и банковские реквизиты;
- б) максимальное количество туристов в группе;
- в) розничная цена туристского продукта и порядок его оплаты;
- г) размер доходов туроператора.

2. Что представляет из себя номер категории «Connected room»:

- а) номер имеет большие размеры, чем стандартный номер;
- б) совмещенные номера, имеющие дверь-проход из одного номера в другой номер;
- в) однокомнатный номер больше стандартного номера с встроенной кухней;
- г) большой номер с оргтехникой (компьютером, факсом), пригодный для работы.

3. Договор, заключаемый между туроператором и турагентом, для реализации туристского продукта называется:

- а) трудовой;
- б) агентский;
- в) о реализации туристского продукта;
- г) финансовый.

4. Сколько ошибок допускается в чартерном авиабилете:

- а) не более 2;
- б) ни одной;
- в) не более 1;
- г) до 3 включительно.

5. По межправительственному соглашению, граждане РФ могут без оформления визы находиться на территории Кубы сроком до:

- а) 180 дней;
- б) 90 дней;
- в) 60 дней;

г) 30 дней.

6. К Internet-системам бронирования относят:

- а) программный комплекс «САМО-Турагент»;
- б) 1001hotels.ru, www.alean.ru и др.;
- в) Sabre, Galileo, Worldspan Amadeus;
- г) Сирена, Экспресс, Кипарис, Avantix, Matisse.

Письменные работы

1. Подготовка сообщения «Новые информационные технологии в организации работы турагента».

Практические задания

- 1. Оформите турпутевку.
- 2. Оформите ваучер.
- 3. Оформите договоров о реализации турпродукта.
- 4. Оформите агентский договор.
- 5. Составьте базу данных о туристских продуктах двух российских туроператоров, сделайте ее анализ.
- 6. Определите наиболее эффективные пути доставки туроператору пакета документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран. Приведите примеры конкретных транспортных компаний и др.

| | |
|---|---|
| Раздел 3. Организация продаж и продвижения турпродукта. | У1 – У5, У9 – У11, У15, 31, 33 – 39, ОК1-ОК9, ПК 1.1-ПК1.4. |
|---|---|

Тест (8 вопросов, 2 варианта)

Выберите правильный ответ

Вариант 1

1. К способам оплаты туриста за турпродукт в РФ не относят:

- а) расчеты наличными;
- б) расчеты акциями;
- в) расчеты платежными поручениями;
- г) расчеты векселями.

2. При осуществлении менеджером турагентства личной продажи клиенту – меланхолику он должен:

- а) меньше говорить и быть менее настойчивым;
- б) больше говорить и быть более настойчивым;
- в) не говорить самому, а только слушать клиента;
- г) только говорить самому, стараясь убедить клиента приобрести тур.

3. Реклама, осуществляемая с целью убедить покупателя приобрести товар (услугу), называется:

- а) информирующей;
- б) эмоциональной;
- в) увещательной;
- г) напоминающей.

4. Паблик-рилейшнз – это:

- а) специально организованные личные контакты продавца и покупателя в связи со сбытом товара (услуги);
- б) пропаганда, воздействие на потребителей с целью увеличения спроса на товары;

- в) мероприятия, используемые для краткосрочного и непосредственного стимулирования сбыта;
- г) планируемые усилия фирмы, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений с ее общественностью.

Вариант 2

1. Личная продажа туристского продукта не включает этап:

- а) продажа турпродукта;
- б) приём клиента и установление контакта с ним;
- в) выявление потребностей клиента;
- г) представление клиента.

2. Коммуникации в маркетинге – это:

- а) прямые связи между производителями продукции;
- б) все методы и формы передачи информации и влияния на избранную аудиторию;
- в) набор инструментов маркетинга, используемых фирмой для достижения своих целей;
- г) совокупность управляемых элементов маркетинговой деятельности фирмы.

3. Контекстная реклама относится к следующим средствам рекламы:

- а) компьютеризированным;
- б) печатным;
- в) телевизионным;
- г) наружным.

4. Стимулирование сбыта отличается от других инструментов маркетинговых коммуникаций тем, что:

- а) учитывает не только мнение потребителей, но и общественное мнение;
- б) обладает большой информационной направленностью;
- в) имеет массовый характер;
- г) обеспечивает дополнительную мотивацию покупателей к совершению покупки.

Письменные работы

1. Составьте таблицу «Формы оплаты турпродукта».

Практические задания

1. Рассчитайте стоимость и цену туристского продукта.
2. Вы менеджер турфирмы. Опишите Ваши действия в следующей ситуации:
В офис вашей организации звонит турист, отдыхающий в Италии. Молодой человек в возрасте 25 лет впервые в жизни поехал отдыхать за границу. Купил недорогой тур на одного человека в г. Римини на 10 дней с проживанием в отеле Hotel Stella D'Italia категории 3 звезды в одноместном номере с завтраком. На вторые сутки отдыха турист понял, что ему не нравится в путешествии все: очень тесный номер, обшарпанные стены, плохая уборка номеров, высокие цены в местных ресторанах и барах, платный пляж, рядом с которым находятся городские канализационные стоки, недостаточность достопримечательностей поблизости, далеко от центра города и др. Позвонив в турфирму он потребовал вернуть его домой и отдать уплаченные деньги.
3. Вы менеджер турфирмы. Опишите Ваши действия в следующей ситуации:
Молодожены заранее запланировали поездку в свадебное путешествие за границу и решили купить билеты. Однако их новые загранпаспорты не были готовы. Они волновались, что билетов может не быть и их путешествие не состоится. Поэтому они приобрели билеты по старым загранпаспортам. Ко дню отправки в путешествие новые паспорта были готовы. Однако оказалось, что в них допущены две ошибки в фамилии

мужа. Молодые люди очень расстроились, испугались, что их путешествие не состоится. До отправки осталось 6 часов. В истеричном состоянии жена звонит в турагентство, в котором они приобретали тур и сбивчиво говорит о проблеме.

4. Проведите беседу с клиентом в офисе турагента с целью выявления конкретных характеристик его запроса.
5. Составьте письмо - коммерческое предложение клиенту с тремя вариантами туров, исходя из его запроса.
6. Разработайте логотип для новой турфирмы.
7. Разработайте рекламное сообщение для продвижения тура в социальных сетях.

| | |
|--|--|
| Промежуточная аттестация в 5 семестре (зачет) | У1 – У18, 31 – 315, ОК1-ОК9, ПК 1.1-ПК1.7. |
|--|--|

Тест (24 вопроса, 2 варианта)

Выберите правильный ответ

Вариант 1

1. В «Законе об основах туристской деятельности в РФ» турагентская деятельность определяется как:

- а) деятельность по продажам туристского продукта и туристских услуг;
- б) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем;
- в) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом;
- г) деятельность по продажам туристского продукта и туристских услуг, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем.

2. ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуг. Услуги турагентств. Общие требования» определяет продвижение туристского продукта турагентом как:

- а) деятельность в области рекламы, участие в специализированных выставках, ярмарках, организацию туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов, размещение информации о турпродукте в средствах массовой информации и т.п.;
- б) деятельность турагента по заключению договоров о реализации туристского продукта с туристами, предоставлению им необходимой и достоверной информации о турпродукте;
- в) совокупность операций, выполняемых турагентом при заключении договора о реализации турпродукта с туристами/экскурсантами и/или иными заказчиками;
- г) комплекс мер, проводимых турагентом в соответствии с договором, заключенным с туристом, направленных на реализацию турпродукта.

3. Договор, заключаемый между туроператором и турагентом, для реализации туристского продукта называется:

- а) трудовой;
- б) агентский;
- в) о реализации туристского продукта;
- г) финансовый.

4. Документальное оформление взаимоотношений турфирмы с клиентом не включает:

- а) документы, утверждающие личность туриста;
- б) договор, путевку, ваучер, памятку, страховой полис, билет на транспорт;
- в) заказ, лист бронирования, подтверждение бронирования;
- г) технологическую карту туристского путешествия.

5. Туристский ваучер – это:

- а) документ, подтверждающий факт оплаты услуг;

- б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой;
- в) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии;
- г) документ, на основании которого выдается виза.

6. Информационный листок – это:

- а) документ, подтверждающий факт оплаты услуг;
- б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой;
- в) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии;
- г) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя.

7. Наивысший уровень автоматизации работы турфирмы включает:

- а) офисная оргтехника (телефон, факс, ксерокс);
- б) наличие собственных интернет-магазинов;
- в) специальное программное обеспечение, используемое для связи офисных программ с глобальными системами бронирования;
- г) компьютеры с программным обеспечением Microsoft Office

8. Реклама в туристической индустрии - это:

- а) действия компании, которые позволяют создать ее положительный имидж в глазах общественности;
- б) информация, предназначенная для потребителей туристских услуг, распространяемая любым способом, в любой форме, с использованием любых средств, направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынок;
- в) информация, без которой затруднено (невозможно) осуществление компетентного выбора и использование турпродукта/туруслуги;
- г) информационные материалы, дополняющие знания и представления туриста о путешествии, стране (месте) временного пребывания и др.

9. Паблик-релийшнз – это:

- а) специально организованные личные контакты продавца и покупателя в связи со сбытом товара (услуги);
- б) пропаганда, воздействие на потребителей с целью увеличения спроса на товары;
- в) мероприятия, используемые для краткосрочного и непосредственного стимулирования сбыта;
- г) планируемые долгосрочные усилия фирмы, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений с ее общественностью.

10. Личная продажа туристского продукта не включает этап:

- а) представление клиента;
- б) приём клиента и установлением контакта с ним;
- в) выявление потребностей клиента;
- г) продажа турпродукта.

11. К способам оплаты туриста за турпродукт в РФ не относят:

- а) расчеты наличными;
- б) расчеты акциями;
- в) расчеты платежными поручениями;
- г) расчеты векселями.

12. Франчайзинг – это:

- а) это полная бизнес-система, включая пособия по ведению работ, программное обеспечение, документацию и другие материалы, которую франчайзер передает франчайзи;
- б) коммерческая концессия;
- в) форма лицензирования деятельности;

г) все вышеперечисленное.

Вариант 2

1. ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуги. Услуги турагентов. Общие требования» не содержит такого вида услуг турагентов, как:

- а) бронирование туристского продукта;
- б) реализация туристского продукта;
- в) формирование туристского продукта;
- г) предоставление туристам/экскурсантам необходимой и достоверной информации о турпродукте или отдельных туристских услугах, условиях путешествия, стране (месте) временного пребывания.

2. В соответствии с «Правилами оказания услуг по реализации туристского продукта» в РФ исполнитель обязан до начала путешествия передать потребителю оригинал договора о реализации туристского продукта, документы, удостоверяющие право потребителя на услуги, входящие в туристский продукт (ваучер, билет и другие), а также иные документы, необходимые потребителю для совершения путешествия не позднее чем за:

- а) 48 часов;
- б) 24 часа;
- в) 20 часов;
- г) 12 часов.

3. Турагентства, осуществляющие комплексное обслуживание любых клиентов, называются:

- а) независимые;
- б) специализированные;
- в) сетевые;
- г) многопрофильные.

4. Договор о реализации турпродукта – это:

- а) документ, подтверждающий факт оплаты услуг;
- б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой;
- в) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии;
- г) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента.

5. Виза – это:

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

6. Туристская путевка – это:

- а) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания;
- б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой;
- в) документ, подтверждающий факт оплаты услуг;
- г) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта.

7. К глобальным системам бронирования относят:

- а) программный комплекс «САМО-Турагент»;
- б) 1001hotels.ru, www.alean.ru и др.;
- в) Sabre, Galileo, Worldspan Amadeus;

г) Сирена, Экспресс, Кипарис, Avantix, Matisse.

8. Фактом оплаты тура в расчетах между турагентом и туроператором считается:

- а) перечисление турагентом средств за тур туроператору;
- б) внесение средств туристом за тур турагенту;
- в) внесение средств, полученных от продажи туров, турагентом на свой банковский счет;
- г) поступление денежных средств на расчетный счет туроператора.

9. Одним из недостатков личной продажи является:

- а) отсутствие диалога с покупателем;
- б) расширение штата сотрудников организации, занимающихся сбытом;
- в) отсутствие индивидуального подхода к каждому потребителю;
- г) невозможность постоянного применения.

10. Основными инструментами стимулирования потребителей являются:

- а) скидки с цены;
- б) разработка элементов фирменного стиля;
- в) статьи в печатных изданиях;
- г) участие в выставках.

11. Контекстная реклама относится к следующим средствам рекламы:

- а) компьютеризированным;
- б) печатным;
- в) телевизионным;
- г) наружным.

12. К признакам франчайзинга не относят:

- а) оплата за использование чужого товарного знака;
- б) получение возможности использования системы ведения бизнеса;
- в) оплата начального взноса за право стать частью системы;
- г) бесплатное получение кредитных средств банков.

Вопросы к зачету

1. Турагентская деятельность в ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
2. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.
3. Государственные стандарты РФ о деятельности турагентств.
4. Понятие, функции и виды турагентств.
5. Выбор турагентом туроператора.
6. Формы взаимодействия турагентов и туроператоров.
7. Понятие и виды информации в сфере туризма.
8. Обеспечение туриста информацией о турпродукте.
9. Использование туристской информации турагентами.
10. Договор о реализации турпродукта.
11. Туристская путевка.
12. Документы, выдаваемые туристу для совершения путешествия.
13. Автоматизация работы турагентства.
14. Виды программного обеспечения в туризме.
15. Использование информационных ресурсов Интернет.
16. Использование электронных туристских каталогов.
17. Понятие и виды виз.
18. Порядок выдачи виз в РФ.
19. Правила доставки туроператору пакета документов туриста.
20. Правила изготовления, использования и хранения бланков строгой отчетности.
21. Варианты ценообразования в турагентской деятельности. Расчет стоимости тура.
22. Понятие и виды рекламы. Средства рекламы.
23. Нерекламные методы продвижения турагентских услуг.

24. Особенности личной продажи туристского продукта.
25. Особенности продажи по телефону.
26. Особенности работы с клиентами разных психологических типов.
27. Урегулирование конфликтных ситуаций.
28. Формирование лояльности клиентов турфирмы.
29. Организация оплаты при реализации турпродукта конечному потребителю.
30. Организация расчетов за турпродукт между турагентом и туроператором.
31. Информационный подготовительный этап продажи турпродукта.
32. Организационный подготовительный этап продажи турпродукта.
33. Продажа туристского продукта.
34. Создание туристской фирмы.
35. Обслуживание туристов в местах дестинации.
36. Франчайзинг в турагентской деятельности.

Практические задания

1. Сформулируйте 10 вопросов для изучения спроса покупателей на туристские путешествия в разные страны мира.
2. Назовите несколько международных систем для бронирования мест в гостиницах и авиабилетов, используемые предприятиями, и интернет-сайты для физических лиц с данными услугами.
3. Заполните раздел 1 заявки на бронирование турпродукта.
4. Заполните разделы 2.1-2.3 заявки на бронирование турпродукта.
5. Заполните разделы 2.4-2.5 заявки на бронирование турпродукта.
6. Заполните разделы 2.6-2.8 заявки на бронирование турпродукта.
7. Заполните разделы 3-4 заявки на бронирование турпродукта.
8. Рассчитайте стоимость турпродукта.
9. Разработайте план по созданию турфирмы.
10. Предложите идею рекламы нового турпродукта в рамках экологического туризма.

ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения:

- практических (семинарских) занятий,
- тестирования,
- опроса,
- самостоятельной работы.

Тестирование направлено на проверку владения терминологическим аппаратом и конкретными знаниями по дисциплине. Тестирование занимает часть учебного занятия (20-45 минут), правильность решения разбирается на том же или следующем занятии; частота тестирования определяется преподавателем. Также проводится итоговое тестирование студентов после окончания изучения материала в каждом семестре. Оно проводится по вариантам. Оценка результатов тестирования осуществляется следующим образом: 95-100% правильных ответов - "5", 75% - "4", 50% - "3", 25% - "2".

Практические занятия проводятся в часы, выделенные учебным планом для отработки практических навыков освоения компетенций, и предполагают рассмотрение вопросов темы занятия, выступления с сообщениями, разбор конкретных примеров, ситуаций и др. Использование устного опроса на занятии позволяет выяснить объем знаний студента по определенной теме, разделу, проблеме.

Доклад, сообщение является продуктом самостоятельной письменной работы студента, представляющий собой публичное выступление с изложением полученных результатов

решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Критерии оценки устных ответов студентов:

Отметка "5" ставится, если студент:

- 1) полно излагает изученный материал, даёт правильное определение понятий дисциплины;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные;
- 3) излагает материал последовательно и правильно.

Отметка "4" ставится, если студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки "5", но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

Отметка "3" ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

Отметка "2" ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка "2" отмечает такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьёзным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

В целях реализации компетентностного подхода предусмотрено использование активных и интерактивных форм проведения занятий (разбора конкретных ситуаций, групповых дискуссий и др.)

Самостоятельная работа обучающихся включает выполнение различных видов домашних работ разного уровня сложности, а также заданий на практических занятиях: подготовку сообщений, составление словаря терминов, схемы, выполнение практических заданий.

Выделены следующие критерии оценки результатов СРС:

- Уровень освоения студентом учебного материала.
- Умение использовать теоретические знания при выполнении практических заданий.
- Сформированность обще учебных умений.
- Соответствие теме работы.
- Полнота, обоснованность и четкость изложения ответа.
- Оформление материала в соответствии с требованиями.
- Уровень самостоятельности студента при выполнении СР.

При проведении промежуточных аттестаций по предмету предполагается выявление не только знаний теоретических вопросов, но и сформированных умений в процессе выполнения практических заданий. В качестве критерия оценки знаний студентов при сдаче зачета выбрана следующая система:

«Зачтено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; владеет основными терминами и понятиями изученного курса; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт.

«Не зачтено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изучения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных

определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные вопросы, задания или отсутствие ответов.