

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Романчук Иван Сергеевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 17.04.2024 12:08:14

Уникальный программный идентификатор:
e68634da050325a9234284dd96b4f0f8b288e139

ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»

Тюменский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал)

Тюменского государственного университета

УТВЕРЖДЕНО

Заместителем директора филиала

Шитиковым П.М.

РАЗРАБОТЧИК

Першина Н.В.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ОП.02 ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

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 ОП.02 «Организация туристской индустрии» для студентов специальности 43.02.10 Туризм. Форма обучения – очная. Тобольск, 2022.

Фонд оценочных средств учебной дисциплины ОП.02 «Организация туристской индустрии» 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	3
3. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФОНДОВ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения программы.

Фонд оценочных средств учебной дисциплины ОП.02 «Организация туристской индустрии» 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 учебный цикл.

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.

Профессиональные компетенции:

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 2.1. Контролировать готовность группы, оборудования и транспортных средств к выходу на маршрут.

ПК 2.2. Инструктировать туристов о правилах поведения на маршруте.

ПК 2.3. Координировать и контролировать действия туристов на маршруте.

ПК 2.4. Обеспечивать безопасность туристов на маршруте.

ПК 2.6. Оформлять отчетную документацию о туристской поездке.

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта.

ПК 3.2. Формировать туристский продукт.

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта.

ПК 4.2. Организовывать и контролировать деятельность подчиненных.

Код ПК, ОК	Умения	Знания
ОК1-ОК9, ПК1.1-ПК1.5, ПК2.1-ПК2.4, ПК2.6, ПК3.1, ПК3.2, ПК3.4, ПК4.2	<p>У1 - профессионально пользоваться основными терминами и понятиями, относящимися к туристской деятельности, на русском и иностранном языках;</p> <p>У2 - осуществлять поиск и использовать информацию о состоянии и структуре рынка туристских услуг;</p> <p>У3 - пользоваться законодательными актами и нормативными документами по правовому регулированию туристской деятельности;</p> <p>У4 - использовать потенциал туристских регионов при формировании турпродуктов;</p> <p>У5 - консультировать туристов по вопросам пользования банковскими, финансовыми услугами, современными информационными технологиями;</p> <p>У6 - предоставлять информацию о туристско-рекреационных и курортных ресурсах региона, страны назначения.</p>	<p>31 - историю развития и роль мирового туризма в мировой экономике;</p> <p>32 - основные термины и понятия, принятые в туристской деятельности на русском и иностранном языке;</p> <p>33 - инфраструктуру туризма;</p> <p>34 - возможности информационных, банковских и финансовых услуг и технологий в туризме;</p> <p>35 - законодательные акты и нормативные документы по правовому регулированию туристской деятельности, страхованию в туризме, по вопросам регулирования туристских формальностей;</p> <p>36 - определение, основные факторы, условия формирования и развития туристского региона;</p>

2. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ 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	Место и роль туристской индустрии в современном мире.	У1, У2, 31, 32, 33, 35, ОК1 – ОК5.	Опрос, тесты (16 тестов, 2 варианта), письменные работы.
2	Туристские регионы, туристские ресурсы и турпродукт.	У1, У2, У3, У4, У6, 32, 35, 36, ОК1-ОК9, ПК 1.1-ПК1.4, ПК 3.1 –ПК3.2.	Опрос, тесты (12 тестов, 2 варианта), письменные работы, творческое задание.
3	Обеспечение функционирования туристской индустрии	У1, У2, У3, У4, У5, У6, 32, 33, 34, 35, 36, ОК1-ОК9, ПК 1.1-ПК1.5, ПК2.1-ПК2.4, ПК2.6, ПК3.1, ПК3.2, ПК3.4, ПК 4.2.	Опрос, тесты (14 тестов, 2 варианта), письменные работы, творческое задание.
4	Организация международного туризма.	У1, У2, У6, 31, 32, 33, 34, 35, ОК1-ОК5, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 3.1.	Опрос, письменная работа, практические задания.
5	Контрольная работа (1 семестр)	У1, У2, У3, У4, У6, 31, 32, 33, 35, 36, ОК1-ОК9, ПК 1.1-ПК1.4, ПК 3.1 –ПК3.2.	Тесты (20 тестов, 2 варианта). Вопросы к промежуточной аттестации (30 вопросов), практические задания .
6	Зачет (2 семестр)	У1, У2, У3, У4, У5, У6, 32, 33, 34, 35, 36, ОК1-ОК9, ПК 1.1-ПК1.5, ПК2.1-ПК2.4, ПК2.6, ПК3.1, ПК3.2, ПК3.4, ПК 4.2.	Тесты (20 тестов, 2 варианта). Устный опрос по вопросам к зачету (26 вопросов), практические задания .

3. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Место и роль туристской индустрии в современном мире.	У1, У2, 31, 32, 33, 35, ОК1 – ОК5.
---	------------------------------------

Тест (16 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. Особенностью туристских услуг не является:

- а) непостоянство качества;
- б) неосвязаемость;

в) неотделимость от источника;

г) возможность хранения.

3. Закон спроса устанавливает:

а) прямую зависимость между изменением величины спроса и изменением цены;

б) отсутствие зависимости между изменением величины спроса и изменением цены;

в) обратную зависимость между изменением цены и изменением величины спроса;

г) прямую зависимость между изменением цены и изменением величины спроса.

4. Спрос на туристские услуги является:

а) эластичным;

б) неэластичным;

в) абсолютно эластичным;

г) абсолютно неэластичным.

5. Кто впервые в 1849 г. придумал продавать туристские услуги в пакете: перевозку, экскурсии и питание:

а) Карл Бедекер;

б) Томас Кук;

в) Стендаль;

г) Марк Твен.

6. 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.

7. В какой стране используется система букв (А,В,С,Д) для классификации гостиниц:

а) Италия;

б) Франция;

в) Испания;

г) Греция.

8. Национальные туристские организации России включают:

а) Всемирную туристскую организацию;

б) Российский союз туриндустрии;

в) Ассоциацию Тюменских туристических организаций;

г) Ассоциацию гостеприимства Тюменской области.

Вариант 2.

1. Туриндустрия это:

а) совокупность предприятий, производящих товары для туристов;

б) совокупность туроператорских и турагентских фирм, реализующих турпродукты;

в) совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность и др.;

г) отрасль экономики, обеспечивающая удовлетворение потребностей туристов в путешествиях за пределы страны проживания.

2. Особенностью предприятий сферы туризма не является:

а) сезонные колебания спроса;

б) сложность оценки качества услуг;

в) длительный производственный цикл;

г) большое значение работы персонала.

3. Закон предложения устанавливает:

- а) прямую зависимость между изменением величины предложения и изменением цены;
- б) отсутствие зависимости между изменением величины предложения и изменением цены;
- в) обратную зависимость между изменением цены и изменением величины предложения;
- г) прямую зависимость между изменением цены и изменением величины предложения.

4. Эластичность спроса представляет собой:

- а) обратную зависимость между ценой и величиной спроса;
- б) степень изменения спроса под влиянием какого-либо фактора;
- в) прямую зависимость между ценой и величиной спроса;
- г) нет правильного ответа.

5. Традиционными европейскими курортами с минеральными и термальными источниками, известными еще со времен Римской империи являются:

- а) Гурзуф, Алушка, Алушта;
- б) Баден-Баден, Виши, Карлсбад;
- в) Лазурный берег, Коста Брава, Лимасол;
- г) Пхукет, Хайнань, Бали.

6. Вид транспорта, развитие которого значительно увеличило объем перевозок туристов в начале XX век, это:

- а) железнодорожный;
- б) автомобильный;
- в) авиатранспорт;
- г) водный.

7. Предприятие питания, отличающееся обязательным предоставлением диетического питания, это:

- а) кафе;
- б) ресторан;
- в) столовая в санатории;
- г) бар.

8. Организация, берущая на себя ответственность за защиту окружающей среды, развитие туризма, пересечение туристами государственных границ, социальные и культурные аспекты туризма, это:

- а) ООН;
- б) ВТО;
- в) МАВТ;
- г) ЮНЕСКО.

Письменные работы

- 1. Составление словаря терминов по теме «Основные понятия и определения туризма, как сферы деятельности».
- 2. Составление схемы «Структура туристской индустрии».

Раздел 2. Туристские регионы, туристские ресурсы и турпродукт.	У1, У2, У3, У4, У6, 32, 35, 36, ОК1-ОК9, ПК 1.1-ПК1.4, ПК 3.1 –ПК3.2.
--	---

Тест (12 вопросов, 2 варианта)
Выберите правильный ответ
Вариант 1.

1. Природные, исторические, социально – культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил, это:

- а) туристские возможности;
- б) туристские достопримечательности;
- в) туристские ресурсы;
- г) объекты туристского посещения.

2. Туристские услуги это:

- а) услуги по разработке туристского маршрута;
- б) совокупность предприятий, обслуживающих туристов до и во время путешествия;
- в) результат деятельности исполнителя услуги по удовлетворению потребностей потребителя (туриста) в организации и осуществлении путешествий, отдыха и рекреации;
- г) культурно-исторические объекты, показываемые туристам.

3. Одной из главных достопримечательностей г. Москвы является:

- а) Зимний дворец;
- б) Третьяковская галерея;
- в) Ливадийский дворец;
- г) Ганина Яма.

4. Наиболее крупным и известным санаторием Тюменской области является:

- а) «Сибирь»;
- б) «Тараскуль»;
- в) «Хвойный»;
- г) «Ахманка».

5. 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.

6. 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.

Вариант 2.

1. Туристский продукт это:

- а) путь следования туристов (экскурсантов), включающий в себя посещение и (или) использование туристских ресурсов;
- б) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену по договору о реализации туристского продукта;
- в) комплекс услуг по предоставлению физическим лицам средства размещения и иных услуг, предусмотренных [Правилами](#) предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации;
- г) отдельная услуга, предоставляемая на основе заявки туриста туроператорской фирмой.

2. Социально-экономические туристские ресурсы включают:

- а) транспортную доступность дестинации;
- б) памятники истории и культуры;
- в) заповедники;
- г) реки.

3. Исакиевский собор – одна из главных достопримечательностей:

- а) Москвы;
- б) Санкт-Петербурга;
- в) Екатеринбурга;
- г) Сочи.

4. Самым современным и высокотехнологичным музеем Тюменской области является:

- а) Музейный комплекс им. И.Я. Словцова;
- б) Исторический парк «Россия – Моя История»;
- в) Тобольский историко-архитектурный музей-заповедник;
- г) Музейный комплекс «Ялutorовский острог».

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

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

6. 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.

Письменные работы

1. Подготовка сообщений «Характеристика мировых туристских регионов», «Туристские ресурсы Тюменской области».
2. Практическое задание. Расчет стоимости туристского продукта.
3. Подготовка презентации «Туристский продукт Тюменской области и его продвижение» (творческое задание для малых групп).

Раздел 3. Обеспечение функционирования туристской индустрии	У1, У2, У3, У4, У5, У6, З2, З3,З4, З5, З6, ОК1 - ОК9, ПК 1.1 - ПК1.5, ПК2.1 - ПК2.4, ПК2.6, ПК3.1, ПК3.2, ПК3.4, ПК 4.2.
---	--

Тест (14 вопросов, 2 варианта)

Выберите правильный ответ

Вариант 1

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. В каком нормативном документе приведен полный перечень существенных условий договора на туристское обслуживание:

- а) в Гражданском кодексе РФ;

- б) в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
- в) в Законе РФ «О защите прав потребителей»;
- г) в Законе РФ «О лицензировании отдельных видов деятельности».

3. Сроки рассмотрения претензий туристов, касающихся качества туристского продукта согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» составляют:

- а) 20 дней со дня окончания тура;
- б) 10 дней со дня подачи претензии;
- в) 30 дней со дня окончания тура;
- г) 15 дней со дня окончания тура;

4. Какая деятельность в РФ подлежит обязательному лицензированию:

- а) туристская;
- б) образовательная;
- в) гостиничная;
- г) парикмахерская.

5. Согласно Гражданскому Кодексу РФ юридические лица, являющиеся коммерческими организациями, не могут создаваться в организационно-правовой форме:

- а) хозяйственных товариществ и обществ;
- б) хозяйственных партнерств;
- в) потребительских кооперативов;
- г) производственных кооперативов.

6. 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.

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

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

Вариант 2

1. В соответствии с Законом РФ «Об основах туристской деятельности» туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий называется:

- а) деятельностью турфирм;
- б) организацией путешествий;
- в) туристической деятельностью;
- г) организацией отдыха.

2. 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.

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

- а) устав предприятия;
- б) бухгалтерский баланс;

в) отчет о прибылях и убытках;

г) туристскую путевку.

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

а) трудовой;

б) агентский;

в) о реализации туристского продукта;

г) финансовый.

5. **Под совместным предприятием понимается:**

а) предприятие, возникшее в результате включения в состав её участников юридических и физических лиц, являющимися резидентами различных государств;

б) предприятие, в состав которого входят два и более участника;

в) предприятие, капитал которого является неделимым и принадлежит нескольким владельцам;

г) совместная деятельность субъектов предпринимательства без создания для этой цели юридического лица, осуществляемая на основе договора между её участниками.

6. **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 выбытия из России и возвращения назад на судне;

г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг.

7. **Какая из нижеперечисленных черт отличает страхование в туризме:**

а) небольшой размер страховой суммы;

б) краткосрочность;

в) высокая вероятность наступления страхового случая;

г) известная величина возможного ущерба.

Письменные работы

1. Конспект «Закон РФ об основах туристской деятельности».

2. Практическое задание «Оформление турпутевок, ваучеров, договоров».

3. Подготовка презентации «Создание туристской фирмы» (творческое задание для малых групп обучающихся).

Раздел 4. Организация международного туризма.	У1, У2, У6, 31, 32, 33, 34, 35, ОК1-ОК5, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 3.1.
---	--

Письменные работы

1. Сообщение «Место России в международном туризме».

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. Проанализируйте развитие международного туризма в настоящее время, выделите проблемы и пути их решения.

4. Оцените развитие международного туризма в разных регионах мира с точки зрения рационального природопользования, выделите проблемы и пути их решения.

Промежуточная аттестация в 1 семестре (контрольная работа)	У1, У2, У3, У4, У6, 31, 32, 33, 35, 36, ОК1-ОК9, ПК 1.1-ПК1.4, ПК 3.1 –ПК3.2.
---	---

Контрольная работа
Тест (20 вопросов, 2 варианта)
Выберите правильный ответ
Вариант 1

1. Особую актуальность в средневековье в странах Европы приобрели:

- а) поездки с целью оздоровления,
- б) паломничество к христианским святыням;
- в) путешествия с целью посещения неизвестных земель,
- г) путешествия с культурными целями.

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. Лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания:

- а) путешественник;
- б) посетитель;
- в) экскурсант;
- г) турист.

4. 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.

5. Турпродукт согласно закону «Об основах туристской деятельности в РФ» это:

- а) совокупность трех элементов: тура, дополнительных туристско-экскурсионных услуг, товаров;
- б) услуги, приобретаемые туристами за дополнительную плату;

в) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта;

г) взаимосвязанная совокупность различного рода услуг по обслуживанию туристов.

6. Туриндустрия это:

а) совокупность предприятий, производящих товары для туристов;

б) совокупность туроператорских и турагенских фирм, реализующих турпродукты;

в) совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность и др.;

г) отрасль экономики, обеспечивающая удовлетворение потребностей туристов в путешествиях за пределы страны проживания.

7. Туристские ресурсы это:

а) перспектива получения туристом объективной информации, положительных эмоций или потенциальная возможность удовлетворить запланированную потребность туриста в туристическом товаре и туристском продукте, основанных на определенном комплексе туристических ресурсов,

б) комплекс эмоций, духовное и физическое состояние туриста, сформировавшиеся под влиянием потребления туристических услуг, приобретение туристических товаров,

в) природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил,

г) экономическая система, состоящая из комплекса отраслей и подразделений, функции которых заключаются в удовлетворении разнообразного и усложняющегося спроса на различные виды отдыха и развлечений.

8. Тур представляет собой:

а) действие, результатом которого является какой-либо полезный эффект;

б) услуги, приобретаемые туристами за дополнительную плату;

в) продукт труда туроператора на определенный маршрут и в конкретные сроки;

г) взаимосвязанную совокупность различного рода услуг по обслуживанию туристов.

9. Реклама в туриндустрии - 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.

10. Паблик-релейшнз – 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.

Вариант 2

1. Торговля, познание мира, оздоровление, образование были основными мотивами путешествий в:

- а) первобытном мире,
- б) античные времена;
- в) средневековье,
- г) XVIII - XIX вв.

2. Туроператорская деятельность:

- а) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем;
- б) деятельность по размещению и питанию путешествующих лиц;
- в) деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом;
- г) деятельность по обеспечению туристов во время путешествия.

3. Экскурсант:

- а) профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;
- б) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания;
- в) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика;
- г) человек, преодолевающий расстояние с определенной целью.

4. Туризм самостоятельный:

- а) туризм, организуемый туристами самостоятельно;
- б) туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;
- в) деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом;
- г) туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну.

5. Въездной туризм:

- а) туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;
- 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.

6. К первичным предприятиям туристической индустрии относят:

- а) рестораны, развлекательные и спортивные центры;
- б) санатории, турбазы, курорты;
- в) общественный транспорт, почту, связь;
- г) банки, страховые, рекламные компании.

7. Непосредственные туристские ресурсы это:

- а) природные и историко-культурные ресурсы, используемые самими туристами,
- б) ресурсы, созданные трудом человека,
- в) природные туристические ресурсы, в состав которых входит земля,
- г) все виды человеческой деятельности, которые могут вызвать интерес туристов.

8. Тур, все вопросы организации которого решает туроператор в соответствии с пожеланиями клиента называется:

- а) индивидуальным;
- б) пакетным;
- в) независимым;
- г) внутренним.

9. Контекстная реклама относится к следующим средствам рекламы:

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

10. Основными инструментами стимулирования потребителей являются:

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

Вопросы промежуточной аттестации

1. История мирового туризма.
2. История зарождения и развития российского туризма.
3. Влияние туризма на экономику стран.
4. Понятие и виды туризма.
5. Понятия туриста и экскурсанта.
6. Закон об основах туристской деятельности в РФ.
7. Понятие туристской индустрии.
8. Туроператоры и турагенты.
9. Средства размещения туристов
10. Предприятия питания.
11. Транспортные предприятия
12. Предприятия досуга и развлечений
13. Понятие мотивации и виды туристских мотивов.
14. Международные туристские организации.
15. Национальные туристские организации.
16. Региональные туристские организации.
17. Территориальные системы туризма.
18. Определение туристских регионов. Основные факторы, условия формирования и развития туристского региона.
19. Прямое и косвенное влияние развития туризма на экономику региона.
20. Характеристика основных туристских регионов мира.
21. Туристские регионы России.
22. Тюменская область как туристский регион.
23. Понятие и классификация туристских ресурсов.
24. Туристская инфраструктура.
25. Туристский продукт и его структура.
26. Стоимость туристского продукта.
27. Понятие, виды и средства рекламы в туризме.
28. Паблик рилейшнз как метод продвижения.
29. Методы стимулирования продаж.
30. Личные продажи.

(зачет)	36, ОК1-ОК9, ПК 1.1-ПК1.5, ПК2.1-ПК2.4, ПК2.6, ПК3.1, ПК3.2, ПК3.4, ПК 4.2.
---------	---

Тест (20 вопросов, 2 варианта)

Выберите правильный ответ

Вариант 1

1. Какой документ не нужен при оформлении шенгенской визы:

- а) паспорт;
- б) анкета;
- в) медицинская справка;
- г) финансовые гарантии.
- г) 25 дней.

2. Дипломатический паспорт в РФ не выдается:

- а) членам Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации;
- б) депутатам Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации;
- в) штатным работникам дипломатических представительств;
- г) членам семьи гражданина РФ, имеющего дипломатический паспорт и командированного за пределы территории РФ в официальное представительство РФ, проживающим с ним.

3. Безвизовый въезд в РФ не предусмотрен для граждан:

- а) Чехии;
- б) Бразилии;
- в) Израиля;
- г) Венесуэлы.

4. Добровольное объединение граждан для совместной производственной или хозяйственной деятельности и получения прибыли, основанное на личном трудовом участии членов и объединении их имущественных паевых взносов, называется:

- а) производственным кооперативом;
- б) полным товариществом;
- в) потребительским кооперативом;
- г) паевым инвестиционным фондом.

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

- а) информация о лицензии на осуществление туристской деятельности;
- б) максимальное количество туристов в группе;
- в) розничная цена туристского продукта и порядок его оплаты;
- г) исчерпывающие сведения о туристе.

6. Назовите размер финансового обеспечения ответственности туроператоров РФ, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма или въездного туризма:

- а) 30 млн. руб.;
- б) 60 млн.руб.;
- в) 100 млн. руб.;
- г) 500 тыс. руб.

7. Что из нижеперечисленного не входит в понятие «туристский пакет»:

- а) транспорт;
- б) размещение и питание;
- в) туристский центр;
- г) страховой полис.

8. Трастовые операции банков – это:

- а) сдача в аренду предметов длительного пользования;

б) операции, связанная с переуступкой банку клиентом-поставщиком неоплаченных счетов-фактур за поставленные товары или оказанные услуги и права получения платежа по ним;

в) операции по управлению имуществом и выполнение иных услуг по поручению и в интересах клиентов на правах доверенного лица;

г) операции по перепродаже векселей.

9. Какая из нижеперечисленных черт отличает страхование в туризме:

а) небольшой размер страховой суммы;

б) краткосрочность;

в) высокая вероятность наступления страхового случая;

г) известная величина возможного ущерба.

10. Международный туризм – это путешествия:

а) иностранных граждан по России;

б) граждан России по иностранным государствам;

в) иностранных граждан по России и российских граждан за рубежом;

г) все ответы верны.

Вариант 2

1. Стандартный срок получения шенгенской визы в России:

а) 10 дней;

б) 15 дней;

в) 20 дней;

г) 30 дней.

2. Загранпаспорт, содержащий электронный носитель информации, выдается в России на срок:

а) 1 год;

б) 5 лет;

в) 10 лет;

г) 15 лет.

3. К видам виз не относят:

а) обыкновенную туристическую визу;

б) обыкновенную частную визу;

в) обыкновенную личную визу;

г) обыкновенную деловую визу.

4. Общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц, называется:

а) общество с дополнительной ответственностью;

б) закрытое акционерное общество;

в) открытое акционерное общество;

г) общество с ограниченной ответственностью.

5. Назовите размер финансового обеспечения ответственности туроператора, осуществляющего свою деятельность в сфере выездного туризма в России.

а) 2% от общей цены туристского продукта;

б) 3% от общей цены туристского продукта;

в) 4% от общей цены туристского продукта;

г) 5% от общей цены туристского продукта.

6. Полное и конкретное описание проданного турпродукта приводится:

а) в договоре о туристском обслуживании;

б) в путевке;

в) в каталоге турфирмы;

г) в ваучере туриста.

7. Финансовые услуги не включают:

- а) страховые услуги;
- б) выплату заработной платы работникам;
- в) привлечение средств в депозиты;
- г) размещение средств в ссуды .

8. Открытый счет – это форма расчета, при которой:

- а) одна сторона контракта купли-продажи поручает банку перевести, предусмотренные контрактом валютные средства своему контрагенту;
- б) экспортер поручает банку получение от импортера валютных средств, предусмотренных контрактом, против принятия им товара или комплекта товарораспорядительных документов;
- в) клиент поручает банку произвести за его счет выплату денег экспортеру против получения указанных в этом поручении товарораспорядительных и других документов;
- г) экспортер открывает счет в банке импортера в его стране, на который импортер периодически вносит сумму валюты за каждую отгруженную ему по контракту партию товаров, услуг.

9. Компенсационное страхование предусматривает:

- а) полное возмещение всех расходов на поездку;
- б) частичное возмещение медицинских расходов путешественника;
- в) оказание необходимой помощи сразу по требованию клиента;
- г) оплату самим путешественником всех медицинских расходов и возмещение их лишь по возвращении на родину.

10. Пассивный туризм – это:

- а) прием иностранных туристов;
- б) выезд туристов за границу;
- в) туризм с целью пассивного отдыха;
- г) туризм лиц «третьего возраста».

Вопросы к зачету

1. Основные нормативные акты РФ в области туристской деятельности.
2. Государственные стандарты РФ в области туризма.
3. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.
4. Понятие, виды, организационно-правовые формы туристских фирм.
5. Этапы создания туристской фирмы.
6. Договорные отношения между туроператором и турагентом.
7. Договорные отношения турфирмы с клиентами.
8. Договорные отношения с поставщиками услуг.
9. Документы, оформляемые при реализации турпродукта.
10. Паспортные формальности.
11. Визовые формальности.
12. Таможенно-тарифное регулирование.
13. Медицинские формальности. Порядок ввоза и вывоза фауны и флоры и др.
14. Понятие безопасности в туризме. Факторы риска. Источники и виды опасностей.
15. Способы снижения рисков и меры обеспечения безопасности в туризме
16. Требования к туристским организациям (туроператорам) по обеспечению безопасности туристов (экскурсантов).
17. Финансовые услуги и финансовый рынок.
18. Финансовые отношения и финансовые услуги турфирм.
19. Экономическая сущность и категории страхования.
20. Особенности страхования туристов и туристских организаций.
21. Страхование ответственности туроператора.

22. Международный туризм: функции, предпосылки, направления и тенденции развития.
23. Факторы развития международного туризма
24. Экономика международного туризма.
25. Международный туризм и проблемы рационального природопользования.
26. Место России в международном туризме.

Примерные практические задания для промежуточной аттестации

1. Проанализируйте современную ситуацию на туристском рынке Тюменской области и г. Тобольска, особенности спроса. Предложите идеи новых туристских продуктов для осуществления предпринимательской деятельности в сфере туризма и реализации запросов покупателей.
2. Проанализируйте современную ситуацию на туристском рынке Тюменской области и г. Тобольска. Назовите основные факторы, влияющие на деятельность турфирм и последствия их влияния.
3. Рассчитайте стоимость турпродукта.
4. Разработайте план по созданию турфирмы.
5. Сформулируйте 10 вопросов для определения запросов и потребностей клиентов турфирмы.
6. Заполните договор о реализации турпродукта.
7. Заполните заявку на бронирование турпродукта.
8. Предложите идею рекламы нового турпродукта в сфере международного 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, конспекта, выполнение практических заданий, творческих 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.