

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.12.2024 15:46:42
Уникальный программный ключ:
e68634da050325a9234284dd96b4f0f8b288e139

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

УТВЕРЖДЕНО
Заместителем директора института
Шитиков П.М.
РАЗРАБОТЧИК
Першина Н.В.

МДК.02.02 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ

Рабочая программа дисциплины

Специальность: 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Направленность: Туроператорские и турагентские услуги

форма обучения очная

язык реализации: русский

1. Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Знания	Умения	Навыки
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить, - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте, - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях, - методы работы в профессиональной и смежных сферах, - структуру плана для решения задач, - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности; 	<ul style="list-style-type: none"> - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части, - определять этапы решения задачи, - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы, - составлять план действия, - определять необходимые ресурсы, - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах, - реализовывать составленный план, - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника); 	
ОК 02.	<ul style="list-style-type: none"> - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности, - приемы структурирования информации, - формат оформления результатов поиска информации, - современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе с использованием цифровых средств; 	<ul style="list-style-type: none"> - определять задачи для поиска информации, - определять необходимые источники информации, - планировать процесс поиска, структурировать получаемую информацию, - выделять наиболее значимое в перечне информации, - оценивать практическую значимость результатов поиска, оформлять результаты поиска, - применять средства информационных технологий для решения 	

		<p>профессиональных задач,</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать современное программное обеспечение, - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач; 	
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - содержание актуальной нормативно-правовой документации, - современная научная и профессиональная терминология, - возможные траектории профессионального развития и самообразования, - основы предпринимательской деятельности, - основы финансовой грамотности, - правила разработки бизнес-планов, - порядок выстраивания презентации, - кредитные банковские продукты; 	<ul style="list-style-type: none"> - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности, - применять современную научную профессиональную терминологию, - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования, - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи, - презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; - оформлять бизнес-план, - рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования, - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности, - презентовать бизнес-идею, - определять источники финансирования; 	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - психологические основы деятельности коллектива, - психологические особенности личности, - основы проектной деятельности; 	<ul style="list-style-type: none"> - организовывать работу коллектива и команды, - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности; 	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - особенности социального и культурного контекста, - правила оформления документов 	<ul style="list-style-type: none"> - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на 	

	и построения устных сообщений;	государственном языке, - проявлять толерантность в рабочем коллективе;	
ОК 06	- сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей, - значимость профессиональной деятельности по специальности, - стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения;	- описывать значимость своей специальности, - применять стандарты антикоррупционного поведения;	
ОК 07	- правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности, - основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности, - пути обеспечения ресурсосбережения, - принципы бережливого производства, - основные направления изменения климатических условий региона;	- соблюдать нормы экологической безопасности, - определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности, - осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства, - организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона;	
ОК 08	- роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека, - основы здорового образа жизни, - условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности, - средства профилактики перенапряжения;	- использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей, - применять рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности, - пользоваться средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной специальности;	
ОК 09	- правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы,	- понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на	

	<ul style="list-style-type: none"> - основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика), - лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности, - особенности произношения, правила чтения текстов профессиональной направленности; 	<p>известные темы (профессиональные и бытовые),</p> <ul style="list-style-type: none"> - понимать тексты на базовые профессиональные темы, - участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы, - строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности, - кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые), - писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы; 	
ПК 2.1	<ul style="list-style-type: none"> - законодательство Российской Федерации в сфере туризма, - нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности, - ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов, - цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги, - системы бронирования услуг, - организацию работы с запросами туристов, - требования к оформлению и учету заказов, - порядок контроля за прохождением и выполнением заказов, - виды технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций, - программное обеспечение деятельности туристских организаций, - этику делового общения, - основы делопроизводства, 	<ul style="list-style-type: none"> - взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями, - владеть культурой межличностного общения, - владеть техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры, - владеть техникой количественной оценки и анализа информации, - владеть методикой хранения и поиска информации, - вести документацию, хранение и извлечение информации, - пользоваться компьютерными программами бронирования туров, - осуществлять контроль за своевременным выполнением заказа, - собирать, обрабатывать и анализировать 	<ul style="list-style-type: none"> - консультирование туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа), - осуществление приема заказов от туристов, - проверка наличия всех реквизитов заказа, - идентификация вида заказа, - направление заказа в соответствующее подразделение туроператора и его контроль, - корректировка сроков и условий выполнения заказов и в случае необходимости информирование заказчиков (туристов) об изменении параметров заказа.

	<ul style="list-style-type: none"> - правила внутреннего трудового распорядка, - правила по охране труда и пожарной безопасности, 	<p>статистические данные, формировать банки данных.</p>	
ПК 2.2	<ul style="list-style-type: none"> - законодательство Российской Федерации в сфере туризма, - нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности, - ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов, - цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги, - системы бронирования услуг, - организацию работы с запросами туристов, - требования к оформлению и учету заказов, - порядок контроля за прохождением и выполнением заказов, - виды технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций, - программное обеспечение деятельности туристских организаций, - этику делового общения, - основы делопроизводства, - правила внутреннего трудового распорядка, - правила по охране труда и пожарной безопасности. 	<p>- координировать работу подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа.</p>	<p>- координация работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа.</p>

2. Структура и содержание дисциплины

2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной деятельности	Всего (ак.ч.)	Кол-во часов в семестре (ак.ч.)	
		2 семестр	3 семестр
Учебная нагрузка обучающегося	102	62	40
Из них:			
Учебные занятия (всего):	96	60	36
Урок	-	-	-
Лекция	32	20	12
Практическое занятие (Семинар)	64	40	24
Лабораторное / Практическое занятие по подгруппам	-	-	-
Выполнение курсового проекта (работы)	-	-	-
Консультации	-	-	-
Самостоятельная работа	6	2	4
Вид промежуточной аттестации	Контрольная работа, дифференцированный зачет	Контрольная работа	Диф. зачет

2.2. Тематический план и содержание дисциплины

Содержание учебного материала	Вид учебной деятельности (ак.ч.)				
	Лекция	Практическое занятие	Лабораторное / Практическое занятие по подгруппам	Выполнение курсового	
Семестр (2)					
Раздел 1. Сущность и организация турагентской деятельности.					
Тема 1.1. Понятие и виды турагентской деятельности.	2	4			
Содержание					
1 Понятие и функции турагентской деятельности.	1	1			
2 Виды турагентских фирм. Организационно - правовые формы функционирования турагентов.	1	1			
3 Развитие и регулирование турагентской деятельности в РФ и за рубежом	-	2			
Тема 1.2. Нормативно-правовая база осуществления турагентской деятельности.	4	4			

	Содержание					
1	Турагентская деятельность в ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».	1	1			
2	Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.	1	1			
3	Государственные стандарты РФ о деятельности турагентств.	2	2			
Тема 1.3. Организация взаимодействия турфирмы-агента и турфирмы оператора.		2	6			2
	Содержание					
1	Выбор турагентом туроператора.	1	1			
2	Формы взаимодействия турагентов и туроператоров.	1	1			
3	Анализ профиля турагента.		4			2
Тема 1.4. Создание турагентства.		2	6			
	Содержание					
1	Процесс создания турагентства.	1	2			
2	Организация офиса турфирмы.	1	2			
3	Требования к персоналу турагентства.		2			
Раздел 2. Обеспечение предоставления турагентских услуг.						
Тема 1.5. Информационное обеспечение предоставления турагентских услуг.		2	4			
	Содержание					
1	Понятие и виды информации в сфере туризма.	1	1			
2	Обеспечение туриста информацией о турпродукте.	0.5	1			
3	Использование туристской информации турагентами.	0.5	1			
4	Международные термины и сокращения в сфере туризма.	-	1			
Тема 1.6. Документационное обеспечение предоставления турагентских услуг.		4	6			
	Содержание					
1	Документация турагента. Туристская отчетность. Агентский договор.	1	1			
2	Договор о реализации турпродукта. Права и обязанности туроператора, турагента и туриста.	1	2			
3	Туристская путевка.	1	1			
4	Туристский ваучер и другие документы, выдаваемые туристу для совершения путешествия.	1	1			
5	Правила изготовления, использования и хранения бланков строгой отчетности в туризме.		1			
Тема 1.7. Визовые формальности при предоставлении турагентских услуг.		2	4			
	Содержание					
<u>1</u>	Понятие и виды виз.	0,5	1			
<u>2</u>	Порядок выдачи виз в РФ.	0,5	1			
<u>3</u>	Режимы безвизового и визового въезда в страны мира.	0,5	1			
<u>4</u>	Шенгенское соглашение и шенгенские визы.	0,5	1			
Тема 1.8. Использование информационных технологий при предоставлении турагентских услуг.		2	6			
	Содержание					
1	Автоматизация работы турагентства.	0,5	1			
2	Виды программного обеспечения в туризме.	1	2			
3	Использование информационных ресурсов Интернет в туризме.		2			
4	Использование электронных туристских каталогов.		1			
Промежуточная аттестация		Контр. раб.				
Итого		20	40			2
Семестр (3)						
Раздел 3. Организация продаж и продвижения турпродукта.						
Тема 1.9. Определение цены турпродукта.		2	2			4
	Содержание					
1	Варианты ценообразования в турагентской деятельности.	1	1			
2	Расчет стоимости тура.	1	1			4

Тема 1.10. Организация процедуры продажи турпродукта.		2	6			
	Содержание					
1	Информационный подготовительный этап продажи турпродукта.	0,5	1			
2	Организационный подготовительный этап продажи турпродукта.	0,5	1			
3	Этап непосредственной продажи туристского продукта.	0,5	1			
4	Особенности продажи по телефону.	0,5	1			
5	Формирование лояльности клиентов турфирмы.	-	2			
Тема 1.11. Формы оплаты турпродукта.		4	4			
	Содержание					
1	Организация оплаты при реализации турпродукта конечному потребителю.	2	2			
2	Организация расчетов за турпродукт между турагентом и туроператором.	2	2			
Тема 1.12. Деловые коммуникации при предоставлении турагентских услуг.		2	6			
	Содержание					
1	Практика делового общения и переписки в турагентстве. Формирование коммуникативных навыков.	1	1			
2	Понятие корпоративной культуры.	0,5	1			
3	Профессиональная этика работников турфирмы.	0,5	1			
4	Особенности работы с клиентами разных психологических типов	-	1			
5	Качество обслуживания и способы его регулирования в туризме.	-	1			
6	Урегулирование конфликтных ситуаций.	-	1			
Тема 1.13. Участие турагента в организации рекламы и продвижения турпродукта.		2	6			
	Содержание					
1	Понятие и виды рекламы. Средства рекламы.	1	2			
2	Нерекламные методы продвижения турагентских услуг.	1	3			
3	Особенности личной продажи туристского продукта.	-	1			
Промежуточная аттестация		Диф. зач.				
Итого			12	24		4
Всего		-	32	64	-	6

3. Контроль и оценка результатов освоения дисциплины

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся осуществляются с применением оценочных материалов по дисциплине (приложение № 1 - № 2 к рабочей программе дисциплины), включающих открытую (доступную к опубликованию) и закрытую

(не размещаемую в свободном доступе) части.

4. Условия реализации дисциплины

4.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации дисциплины

Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации дисциплин формируется

с учетом требований ФГОС СПО и ПОП СПО.

4.1.1. Основная литература:

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 375 с. — (Среднее профессиональное образование). - URL: <https://znanium.ru/read?id=367053> (дата обращения: 05.08.2024). – Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

2. Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. – Москва: Издательство

Юрайт, 2021. – 194 с. – (Профессиональное образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/476733> (дата обращения: 05.08.2024). – Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

4.1.2. Дополнительная литература:

1. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 370 с. – (Профессиональное образование). – URL: <https://urait.ru/bcode/474521> (дата обращения: 05.08.2024). – Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

2. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В. П. Орловская; под ред. Е. И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 176 с. - URL: <https://znanium.ru/read?id=379895> (дата обращения: 05.08.2024). – Режим доступа: по подписке ТюмГУ.

4.1.3. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

База данных IPR Books <https://www.iprbookshop.ru/>
 Образовательная платформа Юрайт <https://urait.ru/>
 Электронно-библиотечная система «ЗНАНИУМ» <https://lib.utmn.ru/tpost/mlxo816vg1-znaniumcom>

Электронно-библиотечная система Лань <https://e.lanbook.com/>

МЕЖВУЗОВСКАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА (МЭБ) <https://icdlib.nspu.ru/>

НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА <https://rusneb.ru/>

4.2. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

LibreOffice, платформы: Яндекс. Мессенджер, Яндекс.Телемост.

4.3. Материально-техническое обеспечение реализации дисциплины:

Кабинет «Организации деятельности сотрудников службы продаж». Это мультимедийная учебная аудитория для проведения лекционных и семинарских занятий, а также самостоятельной работы обучающихся, оснащенная следующими техническими средствами обучения и оборудованием: учебная мебель, доска аудиторная, мультимедийное проекционное и акустическое оборудование, персональные компьютеры. В аудитории размещены методические и демонстрационные материалы, необходимые для изучения дисциплины.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**МДК.02.02. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ****Открытая часть****1. Система оценивания.**

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 (10-30 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 компетентного 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 таблицы, 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. Промежуточная аттестация в виде контрольной работы проводится путем тестирования студентов. Её результаты оцениваются оценками: «5», «4», «3», «2». В качестве критерия оценки знаний студентов при сдаче дифференцированного зачета выбрана следующая система:

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

«Хорошо» - 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. Однако в ответах допускает небольшое количество недочетов, ошибок (1-2).

«Удовлетворительно» - выставляется при условии, если студент частично показывает знания изученного учебного материала; владеет некоторыми терминами и понятиями изученного курса; показывает слабое умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт. В ответах допускает больше недочетов, ошибок.

«Неудовлетворительно» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изучения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курса; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные вопросы, задания или отсутствие ответов.

2. Паспорт оценочных материалов

Темы дисциплины, разделы	Оценочные материалы (виды и количество)	Код и формулировка контролируемой компетенции	Критерии оценивания
Текущий контроль успеваемости			
Раздел 1. Сущность и организация турагентской деятельности	Опрос, тесты (8 тестов, 2 варианта), письменные работы (3), практические задания (3).	ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа	Знать нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности. Взаимодействовать с

			туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями.
Раздел 2. Обеспечение предоставления турагентских услуг	Опрос, тесты (12 тестов, 2 варианта), письменная работа, практические задания (6).	ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов. ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа.	Владеть техникой количественной оценки и анализа информации. Владеть методикой хранения и поиска информации. Вести документацию, хранение и извлечение информации. Знать программное обеспечение деятельности туристских организаций. Знать системы бронирования услуг. Взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями.
Раздел 3. Организация продаж и продвижения турпродукта.	Опрос, тесты (8 тестов, 2 варианта), письменная работа, практические задания (5).	ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов. ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа.	Знать этику делового общения. Осуществление приема заказов от туристов. Консультирование туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа). Знать организацию работы с запросами туристов. Знать ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов. Знать цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги.
Промежуточная аттестация обучающихся			
Контрольная работа (2 семестр)	Тестирование (20 вопросов),	ПК 2.1, ПК 2.2	

	контрольные вопросы (24 вопроса)		
Диф. зачет (3 семестр)	36 вопросов	ПК 2.1, ПК 2.2	

3. Типовые оценочные материалы

Раздел 1. Сущность и организация турагентской деятельности

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) коммандитное 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 таблицы «Анализ профиля турагента».
3. 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 предоставления турагентских услуг

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.

Раздел 3. Организация продаж и продвижения турпродукта.

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-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 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 (посещение группой студентов выставки ИНТУРМАРКЕТ).
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 во 2 семестре (контр. работа)

Тест (20 вопросов, 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 услуги. 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. 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.

9. 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.

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

- а) реализация туристского продукта;
- б) бронирование 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) специализированные;
- б) независимые;
- в) сетевые;
- г) многопрофильные.

4. Договор о реализации турпродукта – это:

- а) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой;
- б) документ, подтверждающий факт оплаты услуг;
- 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) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания;
- б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию;
- в) документ для выбытия 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. 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.

8. 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.

9. Что означает тип питания ВО:

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

10. 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.

Контрольные вопросы

1. Понятие, функции и виды турагентств.
2. Турагентская деятельность в ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
3. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.
4. Государственные стандарты РФ о деятельности турагентств.
5. Выбор турагентом туроператора.
6. Формы взаимодействия турагентов и туроператоров.
7. Создание туристской фирмы.
8. Организация офиса турфирмы и требования к персоналу.
9. Понятие и виды информации в сфере туризма.
10. Обеспечение туриста информацией о турпродукте.
11. Использование туристской информации турагентами.
12. Агентский договор.

13. Договор о реализации турпродукта.
14. Туристская путевка.
15. Документы, выдаваемые туристу для совершения путешествия.
16. Автоматизация работы турагентства.
17. Виды программного обеспечения в туризме.
18. Использование информационных ресурсов Интернет в туризме.
19. Использование электронных туристских каталогов.
20. Понятие и виды виз.
21. Порядок выдачи виз в РФ.
22. Режимы безвизового и визового въезда в страны мира.
23. Шенгенское соглашение и шенгенские визы.
24. Правила изготовления, использования и хранения бланков строгой отчетности.

Промежуточная аттестация в 3 семестре (диф. зачет)

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 услуги. 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-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.

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.

1. ГОСТ Р 54600-2011 «Туристские услуг. Услуги турагентств. 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 выбытия 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) Sabre, Galileo, Worldspan Amadeus;
- б) 1001hotels.ru, www.alean.ru и др.;
- в) программный комплекс «САМО-Турагент»;
- 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 дифференцированному зачету

25. Турагентская деятельность в ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
26. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.
27. Государственные стандарты РФ о деятельности турагентств.
28. Понятие, функции и виды турагентств.
29. Выбор турагентом туроператора.
30. Формы взаимодействия турагентов и туроператоров.
31. Создание туристской фирмы.
32. Понятие и виды информации в сфере туризма.
33. Обеспечение туриста информацией о турпродукте.
34. Использование туристской информации турагентами.
35. Агентский договор.
36. Договор о реализации турпродукта.
37. Туристская путевка.
38. Документы, выдаваемые туристу для совершения путешествия.
39. Правила изготовления, использования и хранения бланков строгой отчетности.
40. Автоматизация работы турагентства.
41. Виды программного обеспечения в туризме.
42. Использование информационных ресурсов Интернет в туризме.
43. Использование электронных туристских каталогов.
44. Понятие и виды виз.
45. Порядок выдачи виз в РФ.
46. Варианты ценообразования в турагентской деятельности. Расчет стоимости тура.
47. Особенности продажи по телефону.
48. Формирование лояльности клиентов турфирмы.
49. Организация оплаты при реализации турпродукта конечному потребителю.
50. Организация расчетов за турпродукт между турагентом и туроператором.

51. Информационный подготовительный этап продажи турпродукта.
52. Организационный подготовительный этап продажи турпродукта.
53. Этап непосредственной продажи туристского продукта.
54. Практика делового общения и переписки в турагентстве.
55. Профессиональная этика работников турфирмы.
56. Особенности работы с клиентами разных психологических типов.
57. Урегулирование конфликтных ситуаций.
58. Понятие и виды рекламы. Средства рекламы.
59. Нерекламные методы продвижения турагентских услуг.
60. Особенности личной продажи туристского продукта.

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.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)
МДК.02.02. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ**

Закрытая часть

Закрытая часть оценочных материалов содержит полные комплекты всех оценочных средств текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, указанных в таблице открытой части.

При направлении РПД на согласование в СЭД закрытая часть оценочных материалов должна быть прикреплена в карточку проекта в виде отдельного файла в формате pdf. Закрытая часть оценочных материалов не размещается в свободном доступе на официальном сайте Университета / филиала.