

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Рабочая программа дисциплины (модуля)
УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Направление и направленность (профиль)
43.03.02 Туризм. Международный туристский бизнес

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2025

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Управление туристской деятельностью» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм (утв. приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. №516) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

Олейникова И.С., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра туризма и гостинично-ресторанного бизнеса, Ilona.Mihina@vvsu.ru

Утверждена на заседании кафедры туризма и гостинично-ресторанного бизнеса от 29.04.2025 , протокол № 10

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Гомилевская Г.А.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	Galina_1575480626
Номер транзакции	0000000000E860B7
Владелец	Гомилевская Г.А.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины «Управление туристской деятельностью» является формирование у студентов компетенций в области управления современными процессами работы туристского предприятия.

Задачи освоения дисциплины:

-формировать актуальные знания о приемах и методах управления туристским предприятием в туроператорской и турагентской деятельности;

-прививать умения организовывать работу персонала с целью внедрения нововведений в деятельность предприятий туризма;

-развивать навыки использования информационных технологий по оценке эффективности труда персонала в результате формирования и продвижения инновационных туристских продуктов;

-формировать результаты эффективности работы предприятий в туроператорской и турагентской деятельности в виде проектов.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
43.03.02 «Туризм» (Б-ТУ)	ПКВ-2 : Способен организовать процесс планирования и управления туристской деятельностью, в том числе в международном аспекте	ПКВ-2.2к : Осуществляет управление туристской деятельностью на международном и региональном уровнях, в том числе с использованием современных программных продуктов	РД1	Знание	особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме
			РД4	Умение	разрабатывать туристский продукт
			РД6	Навык	формирования и продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей

В процессе освоения дисциплины решаются задачи воспитания гармонично развитой, патриотичной и социально ответственной личности на основе традиционных российских духовно-нравственных и культурно-исторических ценностей, представленные в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Целевые ориентиры воспитания

Воспитательные задачи	Формирование ценностей	Целевые ориентиры
Формирование гражданской позиции и патриотизма		
Развитие патриотизма и гражданской ответственности	Патриотизм	Любовь к стране

Формирование духовно-нравственных ценностей		
Воспитание нравственности, милосердия и сострадания	Высокие нравственные идеалы	Уважение традиций
Формирование научного мировоззрения и культуры мышления		
Развитие познавательного интереса и стремления к знаниям	Приоритет духовного над материальным	Культурная идентичность
Формирование коммуникативных навыков и культуры общения		
Воспитание культуры диалога и уважения к мнению других людей	Взаимопомощь и взаимоуважение	Гибкость мышления

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Управление туристской деятельностью» реализуется в рамках части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудоемкость (3.Е.)	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттестации			
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная						
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР					
43.03.02 Туризм	ОФО	Б1.В	5	3	55	18	36	0	1	0	53	3			

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	

1	Введение в предмет. Туризм как объект управления. Туристский рынок.	РД1	1	3	0	5	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.
2	Законодательное и нормативно-правовое регулирование туристской деятельности.	РД1	2	4	0	6	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, диагностика нормативно-правовых актов РФ.
3	Организация и управление туристской фирмой. Договоры туристского предприятия с партнерами.	РД4	2	4	0	5	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.
4	Безопасность в туризме. Страхование путешественников.	РД4	2	3	0	5	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.
5	Туристские формальности.	РД4	2	3	0	5	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, изучение и заполнение договоров.м
6	Турагентская деятельность. Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тур.	РД4, РД6	2	4	0	6	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.
7	Туроператорская деятельность. Разработка программы тура по заказу клиента.	РД4, РД6	2	4	0	6	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.
8	Договорная деятельность в туризме	РД4	2	4	0	5	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, изучение и заполнение договоров.
9	Маркетинговые технологии в туризме. Продвижение туристского продукта. Реклама как эффективное средство продвижения в туризме.	РД1, РД6	2	4	0	5	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.
10	Мотивация и контроль персонала как функции управления.	РД1, РД6	1	3	0	5	Участие в дискуссии, обсуждение результатов, подготовка мультимедийных презентаций, выполнение практических заданий.

Итого по таблице		18	36	0	53	
------------------	--	----	----	---	----	--

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Введение в предмет. Туризм как объект управления. Туристский рынок.

Содержание темы: Значение предмета для формирования общей культуры и навыков работы в сфере управления на различных территориальных уровнях: государственном; региональном, муниципальном и отдельного туристского предприятия. Значение туризма в экономике стран и регионов мира. Объекты и субъекты туристской индустрии. Классификация, свойства туристских услуг. Особенность туристской деятельности как объекта управления. Туристский рынок: сущность и основные составляющие туристского рынка. Экономическая сущность туристского рынка: туристский спрос, предложение туристского продукта, цена и конкуренция, подбор турпродукта с учетом конъюнктуры рынка. Тенденции развития онлайн рынка туристских услуг. Жизненный цикл туристского продукта. Устойчивость и эффективность деятельности туристской фирмы. Виды конкуренции, конкурентное преимущество.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: собеседование.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка сообщений в устной форме или в форме презентаций.

Тема 2 Законодательное и нормативно-правовое регулирование туристской деятельности.

Содержание темы: Управление туристской деятельностью в РФ: структура управления, цели, методы, принципы, влияние на динамику развития туристского рынка Российской Федерации и Дальнего Востока. Коммерческие и общественные туристские организации: сущность, цели и задачи деятельности. Законодательные и нормативно-правовые документы в регулировании туристской деятельности на территории Российской Федерации. Использование данных органов государственной исполнительной власти при составлении туристской документации.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: защита докладов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка сообщений в устной форме или в форме презентаций.

Тема 3 Организация и управление туристской фирмой. Договоры туристского предприятия с партнерами.

Содержание темы: Функции, принципы и методы менеджмента в туризме. Планирование: сущность, классификация планов, виды планирования. Организация деятельности туроператорской и турагентской фирмы, специфические особенности на различных этапах деятельности. Организационно-управленческая структура и должностные обязанности персонала различных квалификационных уровней. Автоматизация предприятия. Управленческая решетка и стиль управления туристской фирмой. Внедрение CRM систем и платформ по онлайн бронированию туристских услуг. Принципы подбора партнеров по бизнесу в туризме. Технологические особенности, правовая основа сделок между партнерами по бизнесу в туризме. Подготовка к переговорам. Особые условия договора между туристской фирмой и партнерами: предприятиями размещения, предприятиями питания, транспортными компаниями, музеями, экскурсионными бюро. Использование информационных технологий при формировании комплекта документов с поставщиками услуг.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: выполнение проектов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка сообщений в устной форме или в форме презентаций.

Тема 4 Безопасность в туризме. Страхование путешественников.

Содержание темы: Общее понятие безопасности, законодательное регулирование аспектов безопасности в туристской деятельности на территории Российской Федерации. Риски и меры по их предотвращению. Эпидемиологическая и бактериологическая безопасность туристов и меры по предотвращению рисков. Травмоопасность, воздействие окружающей среды, психофизиологические факторы риска. Безопасность туристов во время перевозок. Безопасность туристов на предприятиях размещения, питания, при прохождении маршрутов. Страхование в туризме: сущность, классификация, правовые основы регулирования страховой деятельности в России и за рубежом. Страхование туристов: медицинское страхование, страхование на транспорте, имущественное страхование, страхование от невыезда, страхование багажа. Расчет страховой премии с использованием информационных технологий. Страхование гражданской ответственности туроператоров по выездному, въездному и внутреннему туризму. Процесс оформления страховой выплаты.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: защита докладов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка сообщений в устной форме или в форме презентаций.

Тема 5 Туристские формальности.

Содержание темы: Сущность и классификация туристских формальностей. Правовая сущность туристских формальностей. Визовые формальности, таможенные формальности, валютный контроль. Санитарно-эпидемиологические формальности. Карантинный контроль. Страхование туристов и собственной ответственности туроператоров. Внесение информации о туристских формальностях в памятку туриста.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: защита докладов, выполнение контрольных заданий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка сообщений в устной форме или в форме презентаций.

Тема 6 Турагентская деятельность. Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного тура.

Содержание темы: Понятие и правовые аспекты турагентской деятельности. Технологии подбора пакетного тура у действующего туроператора с использованием информационных систем. Составление коммерческого предложения по турпродукту с учетом потребностей клиента. Формирование программы обслуживания клиента с описанием элементов турпродукта. Особенности калькуляции стоимости турпродукта в турагентской деятельности.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: дискуссия, выполнение задания по подбору пакетного тура.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка к практическим заданием, работа с базами данных сети Интернет, подготовка доклада, презентации.

Тема 7 Туроператорская деятельность. Разработка программы тура по заказу клиента.

Содержание темы: Понятие и правовые аспекты туроператорской деятельности. Формирование турпродукта с использованием данных инициативных, рецептивных туроператоров, поставщиков услуг. Составление программы тура с учетом требований потребителя. Подготовка карты - схемы маршрута с ежедневными передвижениями по программе тура. Калькуляция рыночной стоимости турпродукта.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: дискуссия, выполнение задания по формированию турпродукта.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы. Подготовка к практическим заданиям, работа с базами данных сети Интернет, подготовка доклада, презентации.

Тема 8 Договорная деятельность в туризме.

Содержание темы: Договор о реализации турпродукта: структура и особые условия. Ответственность туроператора и тургагента перед туристом по договору. Приложения к договору о реализации турпродукта. Пакет документов для путешествия: туристский ваучер, маршрутная квитанция, страховой полис, виза, памятка, кассовый чек.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: дискуссия, заполнение договора о реализации турпродукта, подготовка комплекта документов для путешествия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Подготовка к практическим заданиям, работа с базами данных сети Интернет, подготовка доклада, презентации.

Тема 9 Маркетинговые технологии в туризме. Продвижение туристского продукта. Реклама как эффективное средство продвижения в туризме.

Содержание темы: Маркетинговые технологии в сервисе и туризме: сущность и специфика. Маркетинговые технологии в анализе туристского рынка. Сущность маркетингового исследования конкурентной среды. Выявление и обоснование конкурентных преимуществ турпродукта. Маркетинговые методы установление цены. Позиционирование турпродукта. Определение и обоснование целевой аудитории. Сущность понятия продвижение туристского продукта (Услуги). Рекламные методы продвижения туристского продукта (услуги). Программа и план график продвижения турпродукта. Выбор инструментов продвижение турпродукта. Соответствие бюджета рекламной компании с этапами реализации программы продвижения. Формирование сбытовой сети. Внутренние и внешние каналы сбыта. Характеристика онлайн и офлайн форм продажи туристского продукта. Формы продаж и технология взаимодействия туроператора, турагента и туриста. Скрипты продаж. Креативность и оригинальность представление логотипа и слогана турпродукта потребителю.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: защита докладов, выполнение практических заданий.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Изучение рекомендованной литературы. Подготовка к практическим заданиям, работа с базами данных сети Интернет, подготовка доклада, презентации.

Тема 10 Мотивация и контроль персонала как функции управления.

Содержание темы: Мотивация трудовых отношений: сущность, виды и правовая основа. Оценка персонала. Психологические факторы в оценке и мотивации персонала различных квалификационных уровней. Материальные и моральные виды мотивации и оценка их эффективности. Использование в рабочем процессе гибких навыков "SoftSkills" (коммуникация, аргументация, мотивация, решение проблем и конфликтов, эмоциональный интеллект). Контроль в туризме: сущность, виды и правовая основа

контроля. Контроль в планировании. Внутрифирменный контроль, сущность и методы ведения. Использование CRM системы, как инструмента контроля бизнеса. Качество обслуживания в туризме и методы его контроля.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: Лекционное занятие. Практическое занятие: защита докладов.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: Выполнение заданий по текущему контролю, подготовка сообщений в устной форме или в форме презентаций.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы (лекции и практические занятия), выполнение практических заданий, представленных в ФОС, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу. Текущий контроль по данной дисциплине предусматривает обязательное выполнение проектов, тестовых и контрольных заданий, рефератов. Студент выбирает тему реферата из списка, представленного в ФОС. Защита реферата проводится в виде публичного доклада на 5-7 минут с презентацией. Для проведения занятий лекционного типа используются учебно-наглядные пособия в форме презентационных материалов, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие темам лекций, представленным в настоящей РПД. Полный перечень методических указаний представлен в приложении 1 рабочей программы "Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)".

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и

навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-014026-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1855507> (Дата обращения - 05.09.2025)
2. Косолапов, А. Б., Организация туристской деятельности : учебник / А. Б. Косолапов. — Москва : КноРус, 2021. — 304 с. — ISBN 978-5-406-08510-3. — URL: <https://book.ru/book/940140> (дата обращения: 09.09.2025). — Текст : электронный.
3. Чудновский, А. Д., Управление индустрией туризма. : учебное пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. — Москва : КноРус, 2022. — 437 с. — ISBN 978-5-406-09273-6. — URL: <https://book.ru/book/942825> (дата обращения: 09.09.2025). — Текст : электронный.

7.2 Дополнительная литература

1. Абабков, Ю. Н. Маркетинг в туризме : учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова ; под ред. профессора, заслуженного работника высшей школы РФ Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 214 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-010337-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1841438> (Дата обращения - 05.09.2025)
2. Емелин, С. В. Организация турагентской деятельности : учебное пособие для вузов / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 310 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18434-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535002> (дата обращения: 12.03.2025).
3. Кибанова, Л. Н., Управление персоналом. : учебное пособие / Л. Н. Кибанова, А. Я. Кибанов. — Москва : КноРус, 2024. — 201 с. — ISBN 978-5-406-13401-6. — URL: <https://book.ru/book/954629> (дата обращения: 09.09.2025). — Текст : электронный.
4. Киседобрев, В. П. Менеджмент в туризме : учебник / В.П. Киседобрев, О.Н. Кострюкова, А.В. Киседобрев ; под ред. проф. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 152 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006294-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1630190> (дата обращения: 01.03.2023). — Режим доступа: по подписке.

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
2. Электронно-библиотечная система "BOOK.ru"
3. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM"
4. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM" - Режим доступа: <https://znanium.com/>
5. Open Academic Journals Index (OAJ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>

6. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

7. Информационно-справочная система "Консультант Плюс" - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Монитор облачный 23" LG23CAV42K/мышь Genius Optical Wheel проводная/клавиатура Genius KB110 проводная
- Мультимедийный проектор CASIO (Япония)

Программное обеспечение:

- Adobe Reader
- Microsoft OfficeProfessionalPlus 2019 Russian

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Направление и направленность (профиль)
43.03.02 Туризм. Международный туристский бизнес

Год набора на ОПОП
2025

Форма обучения
очная

Владивосток 2025

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенци и	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
43.03.02 «Туризм» (Б-ТУ)	ПКВ-2 : Способен организовать п роцесс планирования и управлени я туристской деятельностью, в т ом числе в международном аспек те	ПКВ-2.2к : Осуществляет управление турист ской деятельностью на международном и рег иональном уровнях, в том числе с использова нием современных программных продуктов

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ПКВ-2 «Способен организовать процесс планирования и управления туристской деятельностью, в том числе в международном аспекте»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результ атов обучения
	Ко д ре з- та	ти п ре з- та	Результат	
ПКВ-2.2к : Осуществляет управление туристской деятельностью на международном и региональном уровнях, в том числе с использованием современных программных продуктов	РД 1	Зн ан ие	особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме	определяет особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме
	РД 4	У ме ни е	разрабатывать туристский продукт	верно разрабатывает туристский продукт
	РД 6	На вы к	формирования и продвижения туристских продуктов и услуг, соответствующих запросам потребителей	четко формирует и продвигает туристские продукты и услуги, соответствующие запросам потребителей

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые рез ультаты обучения	Контролируемые темы д исциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
		Текущий контроль	Промежуточная ат тестация

Очная форма обучения				
РД1	Знание : особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме	1.1. Введение в предмет. Туризм как объект управления. Туристский рынок.	Дискуссия	Тест
		Доклад, сообщение	Тест	
		1.2. Законодательное и нормативно-правовое регулирование туристской деятельности.	Дискуссия	Тест
		Доклад, сообщение	Тест	
		1.9. Маркетинговые технологии в туризме. Продвижение туристского продукта. Реклама как эффективное средство продвижения в туризме.	Дискуссия	Тест
		Доклад, сообщение	Тест	
		1.10. Мотивация и контроль персонала как функции управления.	Дискуссия	Тест
		Доклад, сообщение	Тест	
		1.3. Организация и управление туристской фирмой. Договоры туристского предприятия с партнерами.	Доклад, сообщение	Разноуровневые задачи и задания
		1.4. Безопасность в туризме. Страхование путешественников.	Доклад, сообщение	Разноуровневые задачи и задания
РД4	Умение : разрабатывать туристский продукт	1.5. Туристские формальности.	Доклад, сообщение	Разноуровневые задачи и задания
		1.6. Турагентская деятельность. Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного турита.	Доклад, сообщение	Разноуровневые задачи и задания
		1.7. Туropраторская деятельность. Разработка программы тура по заказу клиента.	Доклад, сообщение	Разноуровневые задачи и задания
		1.8. Договорная деятельность в туризме	Доклад, сообщение	Разноуровневые задачи и задания
		1.6. Турагентская деятельность. Оформление и обработка заказа клиента по подбору пакетного туризма.	Доклад, сообщение	Разноуровневые задачи и задания
РД6	Навык : формирования и продвижения туристских продуктов и услуг, со ответствующих запросам потребителей	1.7. Туropраторская деятельность. Разработка программы тура по заказу клиента.	Доклад, сообщение	Разноуровневые задачи и задания
		1.9. Маркетинговые технологии в туризме. Продвижение туристского продукта. Реклама как эффективное средство продвижения в туризме.	Доклад, сообщение	Разноуровневые задачи и задания

		1.10. Мотивация и контроль персонала как функции управления.	Доклад, сообщение	Разноуровневые задачи и задания
--	--	--	-------------------	---------------------------------

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство						
	Доклады, сообщения	Презентация по итогам мини исследования	Примеры тестовых заданий	Разноуровневые задания	Практические (ситуационные задания)	Итоговый тест	Итого
Лекции	10						10
Практические занятия		20			20		40
Самостоятельная работа			10	10			20
Промежуточная аттестация				15		15	30
Итого	10	20	10	35	20	15	100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умеет применять их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Перечень тем докладов, сообщений

1. Каковы свойства туризма как объекта управления?

2. Классификация туристских организаций (общественные и коммерческие).
3. Каковы цели, задачи и миссия туристской организации?
4. Раскрыть значение туризма в экономике стран и отдельных регионов мира.
5. Классификация туризма.
6. Раскрыть основные функции менеджмента в туризме.
7. Сущность организации деятельности как функции менеджмента в туризме.
8. Планирование деятельности как функция менеджмента в туризме.
9. Мотивация как функция менеджмента в туризме: сущность, классификация.
10. Мотивация трудовых отношений: функции, принципы, методы
11. В чем особенность мотивации потребителей в туризме?
12. Контроль как функция менеджмента в туризме.
13. Туристская индустрия (понятие, структура, особенности взаимодействия).
14. Законодательное и нормативно-правовое регулирование туризма в России.
15. Государственное регулирование туристской деятельности в РФ: цели, принципы, методы.
16. Каковы технологические этапы создания туристской фирмы?
17. Особенности договорной деятельности в туризме.
18. Сделка, виды сделок в туризме.
19. Сущность сделки на условиях «Договора агентских соглашения».
20. Какова правовая сущность сделки на условиях «Договора купли-продажи»?
21. Возможно ли сотрудничество турагента и рецептивного туроператора?
22. Каковы особые условия договора туристской фирмы с гостиничным предприятием?
23. Договор туристской фирмы с транспортной компанией (авиакомпанией, железной дорогой, автотранспортным предприятием). Принципиальные условия договора.
24. Раскройте принципы подбора партнеров по бизнесу в туризме
25. Безопасность в туризме: законодательное и нормативно-правовое регулирование в РФ, понятие, основные аспекты.
26. Страхование в туристской деятельности, законодательное регулирование страхования.
27. Страхование туристов: виды, правовая основа.
28. Страхование гражданской ответственности туроператора. Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
29. Продвижение туристского продукта: рекламные и не рекламные методы продвижения.
30. Охарактеризуйте туристский рынок: понятие, структура, свойства.
31. Какова технология сбыта туристского продукта?
32. Выбор стратегии туристской фирмы
33. Качество туристской услуги (продукта): понятие, оценка и контроль качества.
34. Каковы основные формы деятельности туристских предприятий.
35. Что понимается под туристскими формальностями?
36. Правила оформления туристской визы.
37. Что понимается под санитарно-эпидемиологическими формальностями?
38. В чем заключается валютный контроль?
39. Таможенный контроль и таможенные формальности.
40. Охарактеризуйте туристский рынок РФ.
41. Охарактеризуйте туристский рынок Дальнего Востока.
42. Охарактеризуйте туристский рынок Приморского края.
43. Что понимается под безопасностью в туристской деятельности?
44. Классификация рисков в туризме и меры их предотвращения.
45. Охарактеризуйте методы контроля качества туристского продукта (услуги).
46. Охарактеризуйте крупнейшие туристские выставки в мире и РФ.

47. Каковы функции общественных туристских организаций?

Краткие методические указания

Вопросы позволяют проверить знания студента по дисциплине (для самостоятельной оценки качества освоения учебной дисциплины).

При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	Ответ показывает прочные знания основного содержания изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.
4	8	Ответ, обнаруживающий прочные знания основного содержания изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна-две неточности в ответе.
3	6	Ответ, свидетельствующий в основном о знании содержания изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, не достаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.
2	2-4	Ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающейся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.
1	0	Работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа, либо проблема не раскрыта, либо задание не выполнялось.

5.2 Презентация по итогам мини-исследования

Выполнение исследования «Создание и документационное обеспечение туристской фирмы» начинается с изучения нормативно-правовой базы и рекомендованной учебной литературы. После выбора темы студент приступает к изучению информационного материала.

Разработка проекта включает следующие этапы:

1. Выбор формы туристской деятельности и специализации.
2. Обоснование и выбор организационно-правовой формы деятельности.
3. Создание организационно-управленческой структуры, выбор фирменного наименования,
4. Подготовка пакета учредительных документов для регистрации фирмы.
5. Маркетинговые исследования рынка.
6. Заключение договоров с поставщиками услуг.
7. Разработка туристского продукта (тур, экскурсия, анимационная программа и др.) или подбор готового турпродукта в системе действующего туроператора (в зависимости от деятельности, туроператорской или турагентской)
8. Калькуляция стоимости туристского продукта.
9. Подготовка доклада и презентации.

Краткие методические указания

Изложение позволяет проверить умения и владения студента по дисциплине.

При выполнении этапов рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины), а также официальные интернет сайты государственных структур и туристских организаций.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	20	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций, обнаружил всестороннее, глубокое знание учебного материала, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применил их в ситуационной задаче повышенной сложности и предложил единственно правильное решение.
4	15	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе знаний и умений нестандартные ситуации, предусмотренные в задаче.
3	10	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе решения задачи допустил значительные ошибки, проявил отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям.
2	5	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков и предложил непрофессиональное решение ситуационной задачи.
1	2	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. Задача не решена.

5.3 Примеры тестовых заданий

1. Выход на рынок с новым турпродуктом предусматривается:
 - а) стратегией проникновения
 - б) стратегией развития
 - в) стратегией диверсификации
2. При зрелости инновационного турпродукта на рынке:
 - а) резко возрастают объем продаж и прибыли
 - б) объем продаж и прибыли уже не растет
 - в) объем продаж и прибыли растут, но медленно
3. Инновация разрабатывается не более чем за 1 год.
 - а)да
 - б)нет
4. Инновационная деятельность – это реализация функций инновационного менеджмента.
 - а)да
 - б)нет
5. Выберите из списка то, что относится к субъектам инновационного рынка:
 - а) предприятия;
 - б) патент;
 - в) организации;
 - г) научно-технический прогресс;
 - д) лицензия;
 - е) учреждения;
 - ж) университеты;
 - з) фонды;
 - и) физические лица (ученые и специалисты).
6. Какие инновации учитывают инновационный потенциал и степень новизны?
 - а) стратегические;
 - б) единичные;
 - в) радикальные.
7. Фирмы, завоевавшие большие доли рынка в быстрорастущих отраслях («звезды») выбирают стратегию:
 - а) роста?
 - б) ограниченного роста?

- в) отсечения лишнего?
8. При разработке стратегии сверху вниз:
- стратегический план как приказ спускается по всем уровням управления?
 - каждое подразделение разрабатывает свои рекомендации?
 - предложения поступают руководству от каждого подразделения?
9. К какому виду имущества относятся товарные знаки ?
- основным средствам;
 - оборотным активам?
 - нематериальным активам?
10. Инновационный процесс – это ...
- выдвижение гипотез по направлениям исследований и их проверка на фактах
 - создание, распространение продукции и технологий, обладающих научно-технической новизной и удовлетворяющей новые общественные потребности
 - подбор и анализ фактов для постановки и решения научной проблемы по созданию новшества
11. Контроль - это:
- вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации
 - наблюдение за работой персонала организации
 - наблюдение за выполнением персоналом отдельных заданий
 - постоянная проверка того, как организация осуществляет свои цели и корректирует свои действия.
12. Организация как объект менеджмента:
- выступает в качестве основной единицы рыночной экономики, в рамках которой принимаются управленческие решения
 - служит связующим звеном между государством и потребителями произведенных благ и услуг
 - помогает государству в сборе и аккумулировании различных видов налогов
13. Какие из перечисленных функций менеджмента базируются на потребностях и интересах работников?
- контроль
 - планирование
 - мотивация
14. Кто реализует функцию контроля в компании?
- линейные руководители
 - все члены коллектива
 - высшее руководство фирмы
15. Ключевой компетенцией менеджера является:
- объединение людей
 - постановка целей и задач
 - формирование организационной структуры
 - осуществление контроля
16. CRM система это:
- система управления взаимоотношениями с клиентами
 - система управления взаимоотношениями с партнерами
 - система управления взаимоотношениями с государственными органами
17. Какой метод ценообразования построен на калькуляции полной себестоимости турпродукта?
- затратный метод
 - метод с ориентацией на уровень конкурентов
 - метод с ориентацией на спрос
 - правильного варианта нет

18. Продвижение турпродукта является целью:

- а) коммуникационной политики предприятия
- б) исследовательской деятельностью предприятия
- в) научно-производственной деятельностью предприятия

19. Гипотеза – это:

а) научное предположение о развитии какого-либо явления или процесса, проверяемое на опыте

б) научное предположение, выдвигаемое для объяснения какого-либо явления и требующее его проверки на опыте

в) прогноз появления какого-либо научного открытия

г) научное предположение об эффективности реализации какого-либо проекта

20. Автор теории волн (больших циклов конъюнктуры):

а)Форд

б)Д. Кондратьев

в)И. Менделеев

г)Файоль

21. Экономист, первым увидевший в теории волн возможность преодоления кризисов и спадов в промышленном производстве за счет инновационного обновления капитала через технические, организационные, экономические и управленические нововведения:

а)Гайдар

б)Маркс

в)Греф

г)Шумпетер

22. Введение инноваций внутри туристского предприятия:

а) есть реакция на изменения во внешней среде, несущие риски снижения доходности

б) вызывается стремлением повысить качество производимого продукта

в) вызывается стремлением повысить степень удовлетворения потребностей покупателя продукта

г) обусловлено стремлением повысить эффективность производства посредством снижения издержек

23. Три этапа творческого процесса:

а) появление идеи, превращение идеи в план, воплощение идеи в материальную форму

б) рождение идеи, осмысление идеи, реализация идеи

в) замысел идеи, осмысление идеи, формулировка идеи

г) ощущение идеи, появление идеи, осмысление идеи

24. Анализ – это метод научного познания, означающий:

а) исследование причин неправильного функционирования объекта

б)мысленное представление внутренней структуры объекта или процесса

в)мысленное или фактическое создание объекта из составных элементов

г)мысленное или фактическое разложение целого на составные части

25. Инновационный менеджмент – это процесс ...

а) организаций и руководства деятельностью всего персонала для достижения поставленных целей

б) определяющий последовательность действий организации по разработке и реализации стратегий

в) управления кардинальными изменениями в продуктах труда, средствах производства, сфере услуг и другой деятельности

26. Оперативный диагностический анализ фирмы и ее среды – это ... анализ.

а) целевой

б) системный

в) SWOT

г) ситуационный

27. Инновационная среда организации складывается из инновационного потенциала и инновационного (ой) а) климата

б) стратегии

в) политики

г) потенциала

28. Сегментация рынка и позиционирование товара – это ... маркетинг.

а) инновационный

б) стратегический

в) операционный

г) целевой

29. Участники инновационной деятельности, высококвалифицированные специалисты, обладающие предпринимательским подходом к использованию своих профессиональных знаний

а) вольные сотрудники

б) научно-технические привратники

в) золотые воротнички

г) альтернативный персонал

30. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт турфирмы посетителя с минимальной стоимостью затрат?

а) контекстная реклама

б) работа с социальными сетями

в) поисковая оптимизация

г) баннерная реклама

31. Продвижение турпродукта в социальных сетях однозначно приводит к:

а) увеличению продаж

б) росту трафика на сайт

в) лояльности потребителей

г) изменению информационного поля компании (бренда)

32. Инновационный лаг - это:

а) период времени между появлением новации и воплощением ее;

б) период времени от зарождения идеи, создания и распространения новации и до ее использования;

в) процесс введения новации на рынок;

г) период времени между началом воплощения новации и её уходом с рынка.

33. Функции государства в инновационной сфере это:

а) аккумулирование средств

б) стимулирование инноваций

в) координация инновационной деятельности

г) правовое обеспечение

д) кадровое обеспечение.

34. Государственная инновационная политика – это:

а) совокупность действий органов государственного управления, имеющих определенную цель, средства достижения цели;

б) определение органами государственной власти РФ целей инновационной деятельности;

в) определение органами государственной власти РФ и органами государственной власти субъектов РФ целей инновационной стратегии и механизмов поддержки приоритетных инновационных программ и проектов;

г) выбор на основе учета целей, состояния внешней среды и потенциала направлений

инновационной деятельности государства.

35. К какой области инноваций относится построение новых каналов сбыта и использование новых форм и средств коммуникационной политики?

- а) Продуктовой
- б) Управленческой
- в) Маркетинговой
- г) Технологической

36. Какой из этапов жизненного цикла характеризуется периодом быстрого восприятия турпродукта рынком и ростом прибыли?

- а) Этап выведения турпродукта на рынок
- б) Этап роста
- в) Этап зрелости и замедления рынка
- г) Этап спада

37. Является ли элементом инновационного проекта бизнес-план?

- а) да
- б) нет

38. Термин «кайзен» означает:

- а) стратегию создания нового рынка
- б) стратегию приобретения компании
- в) разбойничью стратегию
- г) стратегию непрерывного совершенствования

39. Диффузия инноваций предполагает:

- а) распространение совершенно новой инновации
- б) распространение уже однажды освоенной и использованной инновации
- в) распространение любых инноваций

40. Предопределяющим фактором возникновения рисков при управлении инновациями является:

- а) альтернативность при принятии инновационных решений
- б) неопределенность течения инновационных процессов
- в) ускоренный технологический прогресс, характерный для современности

41. К приемам управления рисками не относится:

- а) избежание риска
- б) удержание риска
- в) принятие риска
- г) изменение риска

42. Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, турпродукте – это:

- а) логотип
- б) товарная марка (товарный знак)
- в) торговая марка
- г) бренд
- д) позиционирование

43. Объект интеллектуальной собственности, актив компании, который позволяет ей выделить свой продукт среди аналогов, а также является средством повышения прибыльности компании, – это...

- 1. бизнес-план
- 2. товарная марка (товарный знак)
- 3. авторское право
- 4. маркетинг
- 5. торговая марка

44. Ориентация на новые области рынка и рыночные перспективы – это стратегия:

- а) наступательная
- б) создания рынка
- в) поглощающая
- г) промежуточная

45. Иногда предприятие нуждается не в новых, а в необходимых технических решениях, без которых тормозится развитие производственно-технологических процессов - это характеристика такого принципа отбора первоочередных нововведений, как:

- а) принцип заполнения вакуума
- б) принцип важности
- в) принцип отрыва от показателей
- г) принцип экологичности

46. Инновационный цикл разработки и внедрения в практику туристского продукта включает следующие этапы:

- а) исследование
- б) разработка
- в) обучение кадров для реализации новой услуги
- г) диффузия

47. В чем заключается суть непрерывности процесса нововведений как его особенности:

- а) определяет скорость и границы диффузии нововведений в рыночной экономике
- б) дает возможность опередить конкурентов и является предпосылкой других принципов успешности нововведений
- в) дает толчок для появления целого ряда нововведений

48. Субъектами инновационной деятельности не являются:

- а) физические и юридические лица, создающие и реализующие инновации
- б) специализированные субъекты инновационной деятельности (технополисы, технопарки, инкубаторы, инновационные фонды, и иные организации инфраструктуры инновационной деятельности),
- с) государственные органы, участвующие в регулировании инновационной деятельности

- д) Национальные банки
- е) Венчурные фонды

49. К инновационной деятельности не относятся следующие виды деятельности:

- а) производство новой или усовершенствованной продукции также создание и развитие инновационной инфраструктуры
- б) проведение испытаний с целью сертификации и стандартизации новых технологических процессов, товаров
- в) повышение эффективности производства ранее известными методами
- г) внедрение новых идей и научных знаний в сферы управления обществом
- д) благотворительность и социальная ответственность

50. Туристские предприятия используют в своей деятельности CRM систему:

- а) Битрикс 24
- б) Envybox
- в) Мегаплан
- г) U-on

51) Информационно-поисковые системы в турагентской деятельности позволяют:

- а) осуществлять поиск, вывод и сортировку данных
- б) осуществлять поиск и сортировку данных
- в) редактировать данные и осуществлять их поиск
- г) редактировать и сортировать данные

52. Основная функция патента на инновацию – закрепляет за лицом, которому он выдан:

- а) исключительное право на изобретение
- б) право на получение авторского вознаграждения
- в) исключительное право реализации изобретения в производстве

Краткие методические указания

Для ответа на вопросы теста необходимо ознакомится с презентацией к соответствующей теме, содержанием необходимых разделов в основной и дополнительной литературе из перечня источников, приведенных в рабочей программе дисциплины.

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	10	из общего числа вопросов тестируемого модуля правильные ответы даны на 96-100% вопросов
4	8	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано 75-95% правильных ответов
3	6	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано 50-74% правильных ответов
2	2-4	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано менее 50 % правильных ответов
1	0	из общего числа вопросов тестируемого модуля дано менее 30 % правильных ответов

5.4 Итоговый тест

1. Под туристской деятельностью понимается

- 1)туроператорская и турагентская деятельность
- 2)туроператорская и турагентская деятельность, а также иная деятельность по организации путешествий
- 3)любая деятельность по организации путешествий
- 4)деятельность, связанная с разработкой и продвижением туристского продукта на рынок

2. Под туроператорской деятельностью понимается

- 1)деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта.осуществляемая юридическим лицом
- 2)деятельность по разработке турпродукта
- 3)деятельность по предоставлению услуг туристам на основе договоров
- 4)организация рекламной компании по продвижению туристского продукта

3. Организация по определению является

- 1) предприятием, занимающимся производством продукции
- 2)систематизированное, сознательное объединение людей, преследующих достижение определенных целей
- 3)объединением людей, занимающихся производством продукции, товаров, услуг
- 4)предприятием туристской индустрии

4. Основными составляющими любой организации являются

- 1)люди, входящие в любую организацию
- 2)задачи, для решения которых существует данная организация
- 3)станки о оборудование
- 4)управление, которое формирует, мобилизует и приводит в движение потенциал организации для решения стоящих перед ней задач

5. По целям создания организации могу быть

- 1)общественными
- 2)коммерческими
- 3)отраслевыми
- 4)международнными
- 5)национальными

6. Жизнедеятельность любой организации состоит из 3-х основополагающих процессов

- 1)получение сырья и (или) ресурсов из внешней среды

- 2)изготовления продукта, товара, (услуги)
- 3)нормативно-правового регулирования
- 4)передачи продукта во внешнюю среду

7. Миссия организации трактуется как

1) общая, наиболее важная, социально значимая для общества цель или задача создания и существования организации, это в широком смысле ее философия и предназначение

- 2) реализация коммерческой цели – извлечение прибыли
- 3) длительное и успешное существование на туристском рынке
- 4) разработка и продвижение туристского продукта

8. Цели определяются как конкретизация миссии фирмы и имеют следующие важнейшие характеристики

- 1) ориентированность на определенный временной интервал
- 2) достижимость и реальность
- 3) конкретность и измеримость
- 4) непротиворечивость и согласованность с другими целями и ресурсами
- 5) адресность и контролируемость
- 6)увеличение объема продаж

9. Особенность туристских услуг можно обозначить как три «Н»

- 1)неосызаемость (нематериальность)
- 2)неразрывность производства и потребления
- 3)невозможность хранения (несохраняемость)

10.Основными особенностями туризма как объекта управления является

- 1) комплексность
- 2)сезонность
- 3)сложность взаимосвязей между его основными партнерами
- 4)ограниченность туристских ресурсов
- 5)слабая материально-техническая база туроператорских фирм

11. В структуре туристских услуг различают

- 1)основные туристские услуги
- 2)дополнительные туристские услуги
- 3)самостоятельно формируемые туристом услуги в месте временного пребывания
- 4)элитарные услуги
- 5)практикоориентированные услуги

12. Тур может быть представлен как

- 1)взаимодействие предприятий туристской индустрии
- 2)отдельная услуга, предоставляемая на основе заявки туриста туроператорской фирмой
- 3)формируемый комплекс основных и дополнительных услуг, предоставляемых туристику в зависимости от целей путешествия
- 4)буклет, предлагаемый на туристской выставке туроператорской фирмой.

13. Инициативные туроператоры

- 1)наиболее активные на рынке туристских услуг туроператорские фирмы
- 2)операторские фирмы, специализирующиеся на рынке внутреннего туризма
- 3)операторские фирмы, специализирующиеся на рынке въездного туризма
- 4)операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) туроператорами или напрямую с предприятиями туристской индустрии

14.К функциям туроператоров относятся

- 1)изучение потребностей потенциальных туристов на туристские программы и туры
- 2)взаимодействие с поставщиками на туры на договорной основе (гостиницами, предприятиями питания, экскурсионными фирмами и др.)

3)расчет стоимости тура с учетом ситуации на рынке

4)продвижение и реализация туров потребителям

5)разработка законодательной и нормативно-правовой документации

15. Зависимость туризма от природно-климатических условий определяется как

1)сезонность

2)сложность в выборе специализации

3)риск для стабильной работы фирмы

4)возможность комплексного развития территории

16. Под категориями туризма понимается

1) международный: въездной и выездной

2)региональный

3)внутренний

4)межгосударственный

17. В классификацию туристских ресурсов входят

1)природные

2)исторические

3)социально-культурные

4)лечебно-оздоровительные местности и курорты

5)транспортные компании

18.Туристские услуги (согласно ГОСТ Р 53522-2009) определяются как

1)услуги туристских фирм

2)услуги предприятий туристской индустрии

3)услуги туристских информационных центров

4)результат деятельности исполнителя услуги (юридического лица или индивидуального предпринимателя) по удовлетворению потребностей потребителя (туриста) в организации и осуществлении путешествий, отдыха и релаксации

19. Экскурсионные услуги

1)туристские услуги по подготовке и проведению экскурсий

2)услуги по разработке маршрута

3)услуги по сертификации экскурсии

4)услуги по подготовке гидов-экскурсоводов

20. Как называется договор между туроператором (турагентом) и туристом

1) Договор о реализации турпродукта

2) Агентский договор

3) Договор купли –продажи

4) Контракт

21. Определите принципиальное отличия тура от экскурсии

1)по способу передвижения

2) по видам размещения

3)по времени проведения

4)по национальным особенностям

22. Основными факторами развития туризма являются

1)множественные

2)статичные

3)динамичные

4)международные

23. К статичным факторам развития туризма относятся

1)природно-климатические

2)культурно-исторические

3)этнографические

4)политические

50материально-технические

24. Определите динамичные факторы, которые влияют на развитие туризма

- 1)экономические
- 2)природно-климатические
- 3)политические
- 4)социально-демографические

25. Информирование о планируемой организованной перевозке детей необходимо направлять в:

- 1) ГИБДД
- 2) МЧС
- 3) Ростуризм

26. Самодеятельный туризм – путешествие

- 1)самостоятельно организованное туристами путешествие с использованием активных средств передвижения
- 2)организованные путешествия туристской фирмой по экстремальным маршрутам
- 3)путешествия по заранее разработанной программе
- 4)групповые туры на внутреннем туристском рынке, организованные для людей третьего возраста

27. Внутренний туризм – это путешествия

- 1)иностранных граждан по России
- 2)граждан России по странам СНГ
- 3)российских граждан в пределах РФ
- 4)только самостоятельно организуемые путешествия граждан РФ по странам Балтии

28. Инклюзив-туром (IT) является

- 1)планируемый при поддержке туроператорской фирмы индивидуальный тур
- 2)тур с жестким, заранее спланированным (до контакта с клиентом) набором услуг, ориентированным на определенный вид отдыха или туризма
- 3)разработанный туроператорской фирмой инновационный тур
- 4)разработанный при поддержке государственных «Программ социальной поддержки населения», тур для социально незащищенных граждан РФ

29.Классами обслуживания в туризме условно называются

- 1) туристских услуг, прошедшие стандартизацию
- 2)обеспечение безопасности и надежности обслуживания туристов туроператорской фирмой
- 3)уровень обслуживания при проектировании туров («люкс», первый класс, туристский класс, экономический класс)
- 4)соответствие туристского продукта требованиям, изложенным в ГОСТЕ Р 50681-2010 «Проектирование туристских услуг»

30. Туристский продукт должен отвечать следующим основным потребительским свойствам

- 1)обоснованность
- 2)эффективность
- 3)незаменимость
- 4)полезность
- 5)надежность

31. В обеспечении безопасности при прохождении сложных туристских маршрутов участвует:

- 1) гид – переводчик
- 2) экскурсовод
- 3) инструктор – проводник
- 4) аниматор

32. Отметьте безвизовые страны Азии:

- 1) Тайвань
- 2) Сингапур
- 3) Япония
- 4) Республика Корея

33. При пересечении границы несовершеннолетнему туристу в сопровождении руководителя необходимы следующие документы:

- 1) Заграничный паспорт и нотариально заверенное согласие от родителей на сопровождающего руководителя
- 2) Заграничный паспорт и свидетельство о рождении несовершеннолетнего туриста
- 3) Заграничный паспорт, свидетельство о рождении и нотариально заверенное согласие от родителей на сопровождающего руководителя

34. Участниками ассоциации «Турпомощь» должны быть:

- 1) Туроператоры по выездному туризму
- 2) Туроператоры по внутреннему и въездному туризму
- 3) Туроператоры по выездному, внутреннему и въездному туризму

35. Страхование выезжающих за рубеж является в РФ:

- 1) Обязательным
- 2) Добровольным

36. Выберите условия осуществления туроператорской деятельности, предусмотренные в законодательстве:

- 1) наличие статуса индивидуального предпринимателя
- 2) наличие статуса юридического лица
- 3) наличие статуса юридического лица или индивидуального предпринимателя

37. Какой из указанных ниже органов осуществляет государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации?

- 1) Министерство спорта РФ
- 2) Министерство экономического развития РФ
- 3) Министерство культуры РФ

38. Какая страна является лидером на протяжении многих лет по выездному туризму среди граждан РФ?

- 1) Италия
- 2) Франция
- 3) Таиланд
- 4) Турция

39. Доля каких субъектов туристского рынка превалирует в общем количестве всех туристских организаций?

- 1) Туроператоры выездного туризма
- 2) Туроператоры внутреннего и въездного туризма
- 3) Турагентства

40. Доля бронирования каких услуг преобладает на рынке онлайн трэвел?

- 1) Средства размещения
- 2) Авиабилеты
- 3) Страховки
- 4) Экскурсии

41. Претензии по договору о реализации турпродукта принимаются в течении:

- 1) 10 дней после окончания тура
- 2) 20 дней после окончания тура
- 3) 14 дней после окончания тура

42. Договор страхования ответственности туроператора заключается со страховой компанией на срок не менее :

- 1) Одного года
- 2) Двух лет

3) Трех лет

43. Страховой полис для выезжающих за рубеж класса «Эконом» не покрывает:

- 1) Репатриацию тела
- 2) Потерю багажа
- 3) Медицинскую диагностику и лечение

44. Невозвратный тариф на авиаперевозку наиболее часто включает:

- 1) Только ручную кладь
- 2) Только багаж
- 3) Включает и ручную кладь и багаж

45. Под безопасностью туристов понимаются:

- 1) личная безопасность туристов
- 2) сохранность их имущества
- 3) не причинение ущерба окружающей среде во время путешествий
- 4) комплекс мер, направленных на предотвращение использования туризма в целях незаконной миграции и транзита в третьи страны
- 5) все ответы верны.

Краткие методические указания

Тестовые вопросы позволяют проверить знания студента по дисциплине.

При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	15	Студент демонстрирует 100% правильных ответов
4	10	Студент демонстрирует от 80 до 100% правильных ответов
3	8	Студент демонстрирует от 60 до 80% правильных ответов
2	6	Студент демонстрирует от 40 до 60% правильных ответов
1	2	Студент демонстрирует от 20 до 40% правильных ответов

5.5 Пример разноуровневых задач и заданий

Контрольные задания формирует у студента владения технологиями подбора, комплектации и продвижения турпродукта.

1. На сайте туроператора Пегас Туристик опубликованная стоимость тура в Таиланд составляет 95000 руб. на одного человека при двухместном размещении, при этом на сайте турагентства «Владтур» аналогичный тур в Таиланд реализуется по цене 92250 руб.

А) Почему туроператор реализует тур дороже, чем турагент?

Б) Имеет ли право турагент предлагать тур туристам дешевле, чем непосредственно оператор по данному туру?

2. Изучив теорию жизненного цикла, приведите примеры турпродуктов, которые находятся на этапах: внедрение, рост, зрелость, спад. В качестве примера, может быть взят туристский рынок Приморского края. Какие факторы влияют на развитие турпродукта?

3. Изобразите в виде таблицы варианты организации питания и их международные обозначения. Какие варианты организации питания наиболее распространены в странах СВА и ЮВА и почему?

4. В последние годы активно развивается рынок онлайн бронирования туристских услуг. Какие факторы этому способствуют, почему? Каковы перспективы онлайн рынка туристских услуг?

5. Составьте список безвизовых направлений отдыха в АТР. Как на Ваш взгляд отмена визовых формальностей оказывает влияние на туристский поток и на деятельность туркомпаний?

6. В перечне партнеров турагентств можно встретить зарубежных рецептивных туроператоров.

А) Имеет ли право российский турагент заключать прямой договор с зарубежным туроператором?

Б) Бронирование каких услуг допускается (не рекомендуется) у зарубежного туроператора?

7. Турист решил отказаться от поездки в Республику Корея в связи с распространением коронавирусной инфекции в марте 2020 г. Решение было принято до начала путешествия.

А) Имеет ли право турист расторгнуть договор о реализации турпродукта в связи с возникшей угрозой безопасности в Республике Корея?

Б) Какой уполномоченный федеральный орган исполнительной власти информирует туристов о наличии угрозы безопасности в той или иной стране?

Б) Турист получит полную денежную сумму по договору о реализацию турпродукта или какую то ее часть за вычетом фактически понесенных расходов туроператора?

8. Изучив раздел «Сотрудничество» туроператора ООО «ТТ-ТРЭВЕЛ», торговая марка «FAN and SUN» посмотрите перечень документов, необходимых для заключения агентского договора юридическому лицу (турагенту).

Краткие методические указания

Задания позволяют проверить умения и владения студента по дисциплине.

При поиске ответов на вопросы рекомендована основная и дополнительная литература (список литературы представлен в рабочей программе дисциплины).

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	15	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций, обнаружил всестороннее, глубокое знание учебного материала, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применил их в ситуационной задаче повышенной сложности и предложил единственно правильное решение.
4	10	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены но допускаются незначительные ошибки, не точности, затруднения при переносе знаний и умений нестандартные ситуации, предусмотренные в задаче.
3	8	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе решения задачи допустил значительные ошибки, проявил отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям.
2	6	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков и предложил непрофессиональное решение ситуационной задачи.
1	2-4	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. Задача не решена.

5.6 Пример практических (сituационных) задач

Студентам предлагается рассмотреть практическую ситуацию в деятельности турфирмы, связанную с технологией продаж туристского продукта. Студенты делятся на группы, где есть роли менеджера, туриста. Согласно скрипту продаж происходит презентация турпродукта, вопросы по его бронированию и оформлению. Аудитории предстоит выявить эффективность взаимодействия менеджера и туриста. Оценить сильные и слабые стороны работы менеджера с туристом.

Краткие методические указания

Разбор ситуации в турфирме происходит в парах, в аудитории. За пример принимается ранее разработанный тур по теме "Формирование турпродукта и составление программы тура".

Шкала оценки

Оценка	Баллы	Описание
5	15-20	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций, обнаружил всестороннее, глубокое знание учебного материала, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применил их в ситуационной задаче повышенной сложности и предложил единственно правильное решение.
4	10-14	Студент продемонстрировал сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены но допускаются незначительные ошибки, не точности, затруднения при переносе знаний и умений нестандартные ситуации, предусмотренные в задаче.

		точности, затруднения при переносе знаний и умений нестандартные ситуации, предусмотренные в задаче.
3	6-9	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе решения задачи допустил значительные ошибки, проявил отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям.
2	3-5	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков и предложил непрофессиональное решение ситуационной задачи.
1	0-2	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. Задача не решена.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Ключи к фонду оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Перечень рекомендуемых направлений (специализаций):
43.03.02 Туризм

Владивосток

ФОС 5.1 Алгоритм подготовки докладов, сообщений

1. Уточните тему доклада для подготовки.
2. Ознакомьтесь с учебными материалами (лекции, конспекты, презентации, раздаточный материал).
3. Просмотрите ключевые понятия, классификации, даты, примеры.
4. Составьте краткий конспект по теме и выделите:
 - основные понятия и термины;
 - ключевые идеи и принципы;
 - логические связи между темами;
 - примеры и факты, которые можно привести.
5. Подготовьте ответы на возможные вопросы:
 - представьте, что бы вы спросили на месте преподавателя
 - запишите короткие, логичные ответы (не заученные дословно, а в своей формулировке).
6. Подготовьте 1–2 примера, чтобы подкрепить каждый ответ.
7. Повторите материал вслух (проговорите ответы, как будто отвечаете на занятии)
8. Подготовьтесь к дополнительным вопросам (подумайте, чем можно расширить или углубить свой ответ).
9. Не бойтесь аудитории - ваши слушатели дружески настроены.

ФОС 5.2. Алгоритм подготовки презентации по итогам мини-исследования

Выполнение исследования «Создание и документационное обеспечение туристской фирмы» начинается с изучения нормативно-правовой базы и рекомендованной учебной литературы. После выбора темы студент приступает к изучению информационного материала.

Ответы:

1. Выбор формы туристской деятельности и специализации.

Ответ: необходимо выбрать туроператорскую или турагентскую деятельность, обосновать на основе Федерального закона от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"

2. Обоснование и выбор организационно-правовой формы деятельности.

Ответ: для туроператорской деятельности возможно создание только юридического лица (ООО, ОАО, ЗАО), для турагентской допустима работа в качестве индивидуального предпринимателя (ИП).

3. Создание организационно-управленческой структуры, выбор фирменного наименования

Ответ: Организационно-управленческая структура предприятия (организационная структура, оргструктура) — это схема взаимодействия подразделений, отделов и сотрудников компании. Она отражает иерархию и состав организации, а также функции, права и обязанности руководителей и других работников. Здесь важно определить действительно важных людей в компании и их количество. Наименование компании должно учитывать миссии турфирмы, направление деятельности и не повторяться с уже существующими бизнесами.

4. Подготовка пакета учредительных документов для регистрации фирмы.

Ответ: Пакет учредительных документов для регистрации фирмы (общества с ограниченной ответственностью, ООО) включает:

Заявление о регистрации по форме Р11001. В нём указывают личные данные учредителей, название будущего ООО, его юридический адрес, размер уставного капитала и долей в нём, коды видов деятельности и данные руководителя.

Устав ООО. В нём отражают основную информацию о самом обществе, об учредителях, о порядке проведения общих собраний, о финансовом аспекте деятельности компании и о руководстве общества.

Документы на юридический адрес. Для арендованного помещения понадобится гарантийное письмо, а если организация регистрируется по домашнему адресу учредителя или директора — согласие собственников жилья.

Решение единственного учредителя. Если учредитель один, он должен подписать решение. Оно заверяется той же датой, что и устав. В документе должны быть персональные данные учредителя, название и юридический адрес компании, сведения об утверждении устава и размере уставного капитала, информация о руководителе.

Протокол собрания учредителей. Если учредителей несколько, все вопросы о функционировании ООО решаются ими коллегиально на собрании. Решения фиксируются в протоколе. В нём обязательно должна быть информация о дате и времени проведения собрания и избранных председателе и секретаре.

Договор о создании ООО. Договор нужен, если собственников несколько. В нём прописывают, о чём договорились участники в отношении самой процедуры открытия организации, а также права, обязанности и ответственность учредителей.

5. Маркетинговые исследования рынка.

Ответ: в рамках маркетингового исследования необходимо исследовать количество направлений и продуктов по внутреннему и международному туризму, определить спрос, проверить какими турками рынок региона перенасыщен и каких туроров, и услуг не хватает.

6. Заключение договоров с поставщиками услуг.

Ответ: при выборе турагентской деятельности нужно заключить агентский договор с туроператором или несколькими туроператорами по обоснованному направлению деятельности. Для туроператорской деятельности следует заключить договор с различными поставщиками услуг: транспортными компаниями, предприятиями питания, страховыми компаниями и экскурсионными бюро.

7. Разработка туристского продукта (тур, экскурсия, анимационная программа и др.) или подбор готового турпродукта в системе действующего туроператора (в зависимости от деятельности, туроператорской или турагентской)

Ответ: пункт выполняется согласно выбранного направления деятельности турфирмы, при турагентской деятельности выбираются наиболее интересные страны и программы туроператоров, при туроператорской важно проделать работу по формированию турпродукта с использованием данных поставщиков.

7. Калькуляция стоимости туристского продукта.

Ответ: калькуляция выполняется при турагентской деятельности определением стоимости турпродукта представленного на сайте туроператора, включая размер комиссионного вознаграждения. При туроператорской деятельности необходимо посчитать сумму всех затрат компаний на разработку тура, выявить себестоимость и рыночную стоимость.

8. Подготовка доклада и презентации.

Ответ: Объем презентации 15-20 слайдов. Структура задания: обоснование актуальности проблемы, основная часть, заключение, список использованных источников (не менее 10 источников). Источники располагаются в порядке появления в тексте (а не по алфавиту). При этом не менее 80% источников должны быть не старше 5 лет. Защита задания в виде публичного доклада на 5-7 минут с презентацией.

ФОС 5.3 Ответы на тестовые задания

- 1) А
- 2) В
- 3) Б
- 4) А
- 5) А, В, И
- 6) А
- 7) В
- 8) А
- 9) В
- 10) Б
- 11) А
- 12) В
- 13) В
- 14) В
- 15) Б, В
- 16) А
- 17) А
- 18) А
- 19) Б
- 20) Б
- 21) Г
- 22) А
- 23) А
- 24) Г
- 25) В
- 26) В
- 27) А
- 28) Г
- 29) В
- 30) В
- 31) А
- 32) Б
- 33) А
- 34) В
- 35) В
- 36) Б
- 37) Б
- 38) Г
- 39) Б
- 40) Б
- 41) Б
- 42) Г
- 43) Б
- 44) Б
- 45) А
- 46) А,Б,В,Г
- 47) А
- 48) Д
- 49) В
- 50) Г
- 51) Б

52) А

ФОС 5.4 Ответы на итоговый тест

- 1) 2
- 2) 1
- 3) 2
- 4) 1,2
- 5) 2
- 6) 1,2,4
- 7) 1
- 8) 3
- 9) 1, 2, 3
- 10) 3
- 11) 1
- 12) 3
- 13) 4
- 14) 1,2,3,4
- 15) 1
- 16) 1
- 17) 3
- 18) 4
- 19) 1
- 20) 1
- 21) 3
- 22) 2
- 23) 2
- 24) 1,2,3
- 25) 1
- 26) 1
- 27) 3
- 28) 2
- 29) 1
- 30) 1,2
- 31) 3
- 32) 4
- 33) 3
- 34) 1
- 35) 2
- 36) 2
- 37) 2
- 38) 2
- 39) 3
- 40) 1
- 41) 2
- 42) 1
- 43) 2
- 44) 1
- 45) 1,2,3

ФОС 5.5 Ответы на разноуровневые задачи и задания

1.На сайте туроператора Пегас Туристик опубликованная стоимость тура в Таиланд составляет 95000 руб. на одного человека при двухместном размещении, при этом на сайте турагентства «Владтур» аналогичный тур в Таиланд реализуется по цене 92250 руб.

А) Почему туроператор реализует тур дороже, чем турагент?

Б) Имеет ли право турагент предлагать тур туристам дешевле, чем непосредственно оператор по данному туру?

Ответ: Агент сделал скидку за счет своего комиссионного вознаграждения от продажи тура. Согласно введению электронной путевки стоимость тура на сайте туроператора и агента должна совпадать.

2. Изучив теорию жизненного цикла, приведите примеры турпродуктов, которые находятся на этапах: внедрение, рост, зрелость, спад. В качестве примера, может быть взят туристский рынок Приморского края. Какие факторы влияют на развитие турпродукта?

Ответ: В качественно примера можно привести: «Внедрение» - новые города Китая - Вэйхай, Янтай, Сиань, «Рост» - Северная Корея, «Зрелость» - Таиланд, «Спад» - приграничный город Суйфеньхэ.

3. Изобразите в виде таблицы варианты организации питания и их международные обозначения. Какие варианты организации питания наиболее распространены в странах СВА и ЮВА и почему?

Ответ:

BB	Bed & breakfast	Предусматривает только завтрак (отличается в зависимости от страны)
HB	Half Board	Варианты полупансиона: завтрак+ужин, реже — завтрак+обед, за напитки — дополнительная оплата
HB+	Half Board plus	Расширенный НВ дополнительно включает напитки — безалкогольные и алкогольные
FB FP AP	Full Board Full Pension American Plan	Полный пансион предполагает подачу завтрака, обеда и ужина. Объем и ассортимент блюд ограничены
FB+	Full Board plus	Расширенный FB дополнен безалкогольными и алкогольными напитками
AI, ALL	All Inclusive	Любимый многими формат «всё включено» в режиме самообслуживания
UAI, UAL	Ultra All Inclusive	«Всё включено» на более высоком уровне, с местными и импортными напитками

По направлениям экскурсионного отдыха востребован тип питания «BB» - завтраки, курортный отдых, например Вьетнам, Таиланд, Хайнань часто представлен системой “FB” или “ALL”.

4.В последние годы активно развивается рынок онлайн бронирования туристских услуг. Какие факторы этому способствуют, почему? Каковы перспективы онлайн рынка туристских услуг?

Ответ:

Рост числа туристических компаний и онлайн-платформ. С развитием информационных технологий и интернета всё больше компаний и стартапов начинают заниматься предоставлением услуг по бронированию путешествий. Это создаёт

конкуренцию между существующими и новыми игроками на рынке и способствует увеличению предложения.

Технологический прогресс. Развитие информационных технологий позволяет компаниям создавать новые и улучшенные сервисы, а также автоматизировать процессы бронирования. Это упрощает и ускоряет процесс для клиентов, а также позволяет компаниям расширять свои возможности и предлагать более удобные и инновационные услуги.

Растущий запрос на внутренний туризм. Популярность традиционных туристических направлений, таких как Дальний Восток России, Москва и Санкт-Петербург, увеличивается, при этом растёт интерес к новым направлениям по всей стране.

5. Составьте список безвизовых направлений отдыха в АТР. Как на Ваш взгляд отмена визовых формальностей оказывает влияние на туристский поток и на деятельность туркомпаний?

Ответ:

Некоторые безвизовые направления для россиян в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР): Таиланд, Вьетнам, Малайзия, Гонконг, Филиппины, Шри-ланка.

Для туристского потока отмена виз может привести к росту спроса на туристические поездки. Исключение визовых расходов становится ключевым фактором при принятии решения о поездке.

6. В перечне партнеров турагентств можно встретить зарубежных рецептивных туроператоров.

А) Имеет ли право российский турагент заключать прямой договор с зарубежным туроператором?

Б) Бронирование каких услуг допускается (не рекомендуется) у зарубежного туроператора?

Ответ: турагент имеет право заключить договор с рецептивным туроператором. Допускается бронирование только наземного обслуживания. Не допускается бронирование турпродукта.

7. Турист решил отказаться от поездки в Республику Корея в связи с распространением коронавирусной инфекции в марте 2020 г. Решение было принято до начала путешествия.

А) Имеет ли право турист расторгнуть договор о реализации турпродукта в связи с возникшей угрозой безопасности в Республике Корея?

Б) Какой уполномоченный федеральный орган исполнительной власти информирует туристов о наличии угрозы безопасности в той или иной стране?

Б) Турист получит полную денежную сумму по договору о реализации турпродукта или какую то ее часть за вычетом фактически понесенных расходов туроператора?

Ответ:

Да, в такой ситуации турист вправе расторгнуть договор о реализации туристского продукта согласно статье 14 Федерального закона от 24.11.1996 №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Основанием для отмены тура служат объявления Ростуризма (на момент 2020 г.) об угрозе безопасности туристов в зарубежных странах и решения оперативного штаба Правительства РФ по предупреждению завоза и распространения инфекции на территории России.

До 2023 года информированием туристов занимался Ростуризм, с 2023 года – Министерство экономического развития.

В случае распространения пандемии турист получит полную сумму либо сумма будет заморожена как депозит на последующую поездку.

8. Изучив раздел «Сотрудничество» туроператора ООО «ТТ-ТРЭВЕЛ», торговая марка «FAN and SUN» <https://agent.tui.ru/Partnership/agentskiy-dogovor> перечислите

перечень документов, необходимых для заключения агентского договора юридическому лицу (турагенту).

Ответ:

Для организаций-резидентов РФ это копия свидетельства о постановке на учёт в налоговом органе юридического лица или индивидуального предпринимателя (ИНН). Для ИП — выписка из ЕГРИП с кодами ОКВЭД, подтверждающими туристическую деятельность. Кроме того устав, паспортные данные учредителей, протокол об избрании директора, договор аренды помещения, справку о переходе на упрощенную систему налогообложения.