

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»**

**Институт управления и государственной службы
Кафедра туризма и гостиничного дела**



УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский

(подпись)

« 04 » 2023 года

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ТЕХНОЛОГИЯ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ И ТУРАГЕНТСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

По направлению подготовки 43.03.02 Туризм
Профиль подготовки «Технология и организация туроператорских и турагентских
услуг»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Технология туроператорской и турагентской деятельности» по направлению подготовки 43.03.02 Туризм «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» – ____ с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Технология туроператорской и турагентской деятельности» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» (утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 516, с изменениями и дополнениями от 26 ноября 2020 г., 8 февраля 2021 г.).

СОСТАВИТЕЛЬ:

старший преподаватель, доцент кафедры туризма и гостиничного дела Негода А.А.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры туризма и гостиничного дела «21» 03 2023 г., протокол № 8

Заведующий кафедрой
туризма и гостиничного дела _____ Свиридова Н.Д.

Переутверждена: «__» _____ 2023 г., протокол № _____

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: «__» _____ 2023 года, протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы «12» 09 2023 г., протокол № 8.

Председатель учебно-методической
комиссии института _____ Резник А.А.

© Негода А.А., 2023 год

© ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. ДАЛЯ», 2023 год

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Целью изучения дисциплины – «Технология туроператорской и турагентской деятельности» является приобретение знаний и системного мышления по организации туроператорского бизнеса, праксеологические навыки взаимодействия субъектов туристического рынка с целью создания качественного турпакета, схемы его продвижения и реализации; овладение правилами формирования программ туристического обслуживания, документального обеспечения процессов создания, комплектования, реализации туров и плановых турпакетов; организации обслуживания туристов.

Основными **задачами** изучения дисциплины «Технологии разработки туристского продукта» являются:

Формирование пакетных и индивидуальных программ туристического обслуживания с использованием ресурсного потенциала дестинации, (региона, района, страны);

Формирование взаимодействия между всеми участниками туристического рынка, нормативно-правовое обеспечение сотрудничества;

Моделирование программ туристического обслуживания по разной цели путешествий, типом клиентуры, имеющихся туристических достопримечательностей;

Определение мотивации путешествий и совершенствования процессов предоставления туристических и паратуристических услуг в пакетных турах, и тому подобное.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Технология туроператорской и турагентской деятельности» входит в обязательную часть учебного плана. В основу преподавания дисциплины заложена подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности в туризме при составлении документации, соблюдении законодательства, существующих требований и нормативов, заключении договоров, разработки и реализации туристских продуктов.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин: «Введение в специальность», «Организация туристской деятельности» и служит основой для освоения дисциплины «Технологии туристско-рекреационного проектирования и освоения территории».

Курс «Технология туроператорской и турагентской деятельности» является необходимой для освоения универсальной и профессиональных компетенций по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, а также, базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных студентами при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 Знает основы и принципы формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Знать: современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж Уметь: формировать каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг в информационно-телекоммуникационной сети Интернет Владеть: навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
	ОПК-4.2 Способен проводить маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Знать: методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка Уметь: осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, разработки и продвижения экскурсионного маршрута Владеть: навыками разработки системы новых экскурсионных маршрутов на основе маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов
	ОПК-4.3 Владеет навыками организации продаж и продвижения туристского продукта, в том числе в сети Интернет	Знать: технологии продвижения и продаж туристского продукта Уметь: Владеть: навыками продаж и продвижения туристского продукта, в том числе в сети Интернет
ОПК-6. Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Знает необходимую нормативную правовую информацию для профессиональной деятельности	Знать: основные положения нормативно-правовой документации для осуществления профессиональной деятельности Уметь: осуществлять поиск и применять действия нормативно-правовой документации для деятельности в избранной профессиональной области Владеть: навыками применения норм права при выполнении должностных обязанностей в сфере профессиональной деятельности в области туризма
	ОПК-6.2. Умеет применять нормативные правовые акты Российской Федерации, а также нормы международного права при решении	Знать: нормы конституционного, административного, международного, экологического, уголовного, гражданского, семейного, трудового права Российской Федерации при решении профессиональных задач Уметь: осуществлять документооборот в соответствии с нормативными требованиями

	профессиональных задач	РФ и международными правилами Владеть: навыками применения нормативных правовых актов Российской Федерации, а также норм международного права при решении профессиональных задач
--	------------------------	---

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	288 (8 зач. ед)	288 (8 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	144	32
Лекции	54	16
Семинарские занятия	-	-
Практические занятия	90	16
Лабораторные работы	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)		
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчетно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	144	144
Форма аттестации	Зачет, экзамен	экзамен

2. Содержание разделов дисциплины

ТЕМА 1. ОСНОВЫ ТУРОПЕРЕЙТИНГА

Характеристика основных понятий как объектов изучения дисциплины. Этапы развития туроперейтинга. Понятие «туроперейтинг» и виды деятельности туроператора. Предмет деятельности туроператора. Профиль работы туроператора. Субъекты рынка производителя, их классификация и характеристика. Проявление глобализационных процессов в индустрии туризма. Мировой и макро региональный рынки гостиничных и транспортных услуг, особенности функционирования туристической индустрии. Геопропространственная организация мирового туристического рынка. Схемы реализации и продвижения туристского продукта. Методы сбыта туристического продукта. Внешние и внутренние факторы туроперейтинга. Оценка их влияния. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта. Классификация и виды туроператоров. Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Операторы специализированные: на определенном продукте / услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Местные туроператоры. Организация туров для туризма. Выездные (инициативные) туроператоры.

Рецептивные туроператоры. Функции туроператоров и турагентов. Структура туристического рынка.

ТЕМА 2. ТУРОПЕРЕЙТИНГ И АГЕНТСКИЙ БИЗНЕС В ТУРИЗМЕ

Организация туроператорской и турагентской деятельности: нормативно-правовые требования. Требования к лицензированию туроператорской и турагентской деятельности. Регуляторные требования по организации туроператорской и турагентской бизнеса. Виды рыночных каналов продвижения туристического продукта. Формирование сбытовой сети туроператоров. Формирование сбытовой сети. Каналы продвижения и реализации турпродукта. Формы организации сбыта туристского продукта. Розничные и оптовые туристические фирмы и их место в структуре каналов сбыта. Типичная организационная структура туроператора: взаимосвязь работы подразделений. Виды и формы агентской работы. Классификация турагентов. Виды агентов. Агентские сети. Собственные бюро продаж туроператора и их основные функции. Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством. Контрагентские сети и основные условия агентских соглашений. Виды и формы интеграции на рынке туристических услуг. Толкование термина «аквизитор». Источники аквизицию туристов. Аквизитория туристов и основные методы продажи в туризме.

ТЕМА 3. ПРАВИЛА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОГРАММ ПРЕБЫВАНИЯ ТУРИСТОВ

Характеристика терминов: «программное обслуживание в туризме», «программа пребывания туристов». Виды программных мероприятий и их характеристика. Элементы программы туристического обслуживания. Принципы создания и условия выполнения программ пребывания туристов. Особенности составления программ пребывания для различных типов туристов. Порядок и этапы разработки турпродукта. Основные и специфические потребности туристов. Начальная дифференциация туристских поездок. Потребительские свойства тура. Условия и принципы разработки тура. Вербальная модель тура. Процесс разработки. Правила разработки программ пребывания туристов. Технологические документы и правила их оформления. Перечень работ по созданию туристического предложения фирмы. Факторы, которые влияют на структуру тура и комплектацию программ пребывания туристов.

ТЕМА 4. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ В ТУРИСТИЧЕСКОМ АГЕНТСТВЕ

Шкала потребностей клиентов и формирования психологического портрета потенциальных туристов. Основные факторы, влияющие на поведение покупателей. Формы и стили обслуживания клиентов. Культура обслуживания и основные правила приема клиентов. Формирование коммуникационных навыков менеджера по продажам туристической фирмы

в общении с клиентами. Профессиональные стандарты работников туристической фирмы. Нивелирования коммуникативных барьеров. Формирование банка данных постоянных клиентов туристической фирмы. Профессиональная этика и культура обслуживания клиентов

ТЕМА 5. РЕЦЕПТИВНЫЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Понятие и содержание рецептивного туроперейтинга. Ресурсы рецептивного туроперейтинга. Туристические ресурсы рецептивного туроперейтинга в Украине. Туристические центры и дестинации рецептивного туроперейтинга. Виды туризма рецептивного украинского туроперейтинга. Дифференциация предложений рецептивных туроператоров. Позиционирование туров и туроператоров на рынке. Формирование взаимоотношений с продуцентами (ПРЕДПРИЯТИЙ-производителями) туристических услуг. Особенности организации и предоставления дополнительных услуг рецептивных туроператоров. Бонусные программы национальных туроператоров и налажки отношений с зарубежными и отечественными бизнес-партнерами. Формы сотрудничества рецептивных туроператоров с продуцентами туристических услуг. Формирование каталога предложений рецептивного туроператора. Особенности формирования программ приема и организации отдыха иностранных туристов

ТЕМА 6. ИНИЦИАТИВНЫЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Оценка туристического рынка страны-партнера. Этапы исследования: общая характеристика состояния внутреннего рынка страны, степень интегрированности рынка, состояние и уровень доступности туристско-экскурсионных ресурсов, состояние и уровень развития сферы гостеприимства, территориальная организация рынка предложения, анализ предложенного турпродукта, оценка туристического процесса, состояние двусторонних отношений и туристические формальности, освоенность и оригинальность турпродукта. Цель и критерии оценки туристического рынка зарубежной страны. Туристический пакет как самая популярная форма продажи турпродукта. Формирование каталога предложений инклюзив и пэкидж-туров, туров-каскадов. Формирование каталога предложений инициативного туроператора. Распределение работ между службами и подразделениями туроператора в процессе обслуживания и предоставления туристических услуг.

ТЕМА 7. КОНСОЛИДИРОВАННЫЙ ТУРОПЕРЕЙТИНГ

Мировой рынок туроператоров консолидаторов: состояние и перспективы развития. Международный туроперейтинг. Условия работы и организации консолидаторского бизнеса. Формирование договорного плана тура. Безотзывной и отзывной комитент. Бронирование и блокировки мест в гостиницах и на транспорте. Условия получения блоков мест на предприятиях туриндустрии. Комитент. Договорное обеспечение и формы сотрудничества консолидаторов с туроператорами и турагентами. Формирование разветвленной (интегрированной) структуры сбыта услуг

консолидатора. Особенности формирования технологических этапов (стадий) туристического обслуживания консолидаторов.

ТЕМА 8. ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОЕЗДОК ТУРОПЕРАТОРОМ

Организация сотрудничества между туроператорами. Работа международного туроператора с организацией пакетных предложений и индивидуальных туров. Особенности оформления договоров (контрактов) между туроператорами и представителями-рецепционист (транспортные предприятием, учреждениями гостиничного хозяйства и др.).

Типичная форма (содержание) договора (соглашения) о сотрудничестве. Особенности договора чартера (фрахта). Работа чартерного отдела. Мягкий и твердый блок. Права и обязанности сторон, ограничения и права туроператора. Процесс бронирования услуг транспортных, экскурсионных предприятий. Наземное обслуживание. Компенсация и штрафные санкции в случае несвоевременной аннуляции. Виды и формы расчетов за туробслуживание. Взаимозачет и бартерные отношения в туризме. Обязанности представителя туристической компании за рубежом и его полномочия. Суть и значение качества туристских услуг. Потребительские свойства и потребительские параметры туристских услуг. Критерии оценки и оценки качества услуг. Качественная характеристика пакетного тура и параметры оценки соответствия заказанных и предоставленных туруслуг. Экспертная оценка оптимального обслуживания туристов во время путешествия. Виды и формы расчетов за туробслуживание. Оформление возврата средств за неиспользованную обслуживание. Процедура бронирования пакетных туров. Правила оформления заказов на комплексное туристическое обслуживание. Процессы заказа услуг предприятий ресторанного хозяйства и согласование меню. Основные виды автоматизированных систем бронирования и резервирования в туризме. Порядок бронирования через Internet. Подтверждение факта купли-продажи и формы оплаты заказанных услуг. Порядок бронирования в режиме в on-line. Особенности доступа, поиска, подбора и реализации пакетных туров на основе агентского договора. Своевременная и несвоевременная аннуляция туристических услуг. Правила dead-line.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Основы туроперейтинга	7	2
2	Туроперейтинг и агентский бизнес в туризме	7	2
3	Правила формирования программ пребывания туристов	8	2

4	Организация обслуживания клиентов в туристическом агентстве	8	2
5	Рецептивный туроперейтинг	6	2
6	Инициативный туроперейтинг	6	2
7	Консолидированный туроперейтинг	6	2
8	Организация туристических поездок туроператором	6	2
Итого		54	16

4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
1	Основы туроперейтинга	12	2
2	Туроперейтинг и агентский бизнес в туризме	12	2
3	Правила формирования программ пребывания туристов	14	2
4	Организация обслуживания клиентов в туристическом агентстве	12	2
5	Рецептивный туроперейтинг	10	2
6	Инициативный туроперейтинг	10	2
7	Консолидированный туроперейтинг	10	2
8	Организация туристических поездок туроператором	10	2
Итого		90	16

4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	Основы туроперейтинга	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	18	34
2	Туроперейтинг и агентский бизнес в туризме	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	18	34
3	Правила формирования	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	18	34

	программ пребывания туристов	знаний и умений.		
4	Организация обслуживания клиентов в туристическом агентстве	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	18	34
5	Рецептивный туроперейтинг	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	18	34
6	Инициативный туроперейтинг	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	18	34
7	Консолидированный туроперейтинг	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	18	34
8.	Организация туристических поездок туроператором	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю знаний и умений.	18	34
Итого			144	272

4.7. Курсовые работы/проекты Курсовые работы учебным планом не предусмотрены

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, обработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Бабарицька В.К., Малиновская О.Ю. Менеджмент туризма. Туроперейтинг. Изд-во: Альтпрес, К. 2009г. - 288 с.
2. Ганич Н.М, Антонюк Н.В., сайт для женщин Международный туризм и сфера услуг: учебник Из-во: Знание, 2008 г., С. 661.
3. Ильина Е. Туроперейтинг. Организация деятельности. - М.: ФИС, 2007. - 480 с.
4. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Стратегия и финансы. Изд-во: финансы и статистика, 2005 г.. -192 С.
5. Кусков А.С., Голубева В.Л. Туроперейтинг: учебник. - М.: ФОРУМ, 2009. - 400 с.
9. Прикладной туроперейтинг. изд. Второй, перераб. и доп. - Москва: ИКЦ «Март», Ростов н / Д: издательский центр «Март», 2006. - 448 с.

10. Сокол Т.Г. Основы туристической деятельности: учебник. - М.: Грамота, 2006. - 264 с.

11. Чорненька Н.В. Организация туристической индустрии: учеб. пособие. - М.: Атика, 2006. - 254 с.

12. Ушаков Д.С. Стратегическое планирование в туризме. М.: изд.-М.-во: Феникс, 2007г. - с.288

13. Ушаков Д.С., Рубаник А.Н. Технологии въездных туризма. Издательство: Издательский центр МарТ, Феникс, 2010г., С. 384.

14. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма. Издательский центр МарТ, Феникс, 2010г., С.448.

б) дополнительная литература:

1. Джаладян Ю.А., Кусков А.С. Транспортное обеспечение в туризме. М.: изд.-М.-во: КноРус, 2008 г.-С. 368.

2. Егоренкова Л.И. Введение в технологию туризма. М.: Издательство: Финансы и статистики, Инфра-М, 2009 г., с. 304.

3. Ефремова М. Основы технологии туристического бизнеса. - М.: Ось-89, 2001. - 288 с.

5. Ильина Е. Основы туристической деятельности. - М.: Сов. спорт, 2000. - 200 с.

6. Исмаев Д.К. Работа туристической фирмы по организации зарубежных поездок. - М.: ВШТГ, 1996.-135 с.

7.. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы: учебник [Текст] / Е.Н. Ильина. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 192 с.

в) Интернет –ресурсы:

1. <http://www.rata.ru/> - Российский союз туриндустрии.

2. <http://www.rha.ru/> - Российская гостиничная ассоциация.

3. <http://www.new.frio.ru/> - Федерация рестораторов и отельеров

4. <http://www.unwto.org.index.php> - Всемирная туристская организация – WTO-UN.

5. <http://www.ih-ra.com/> - Всемирная ассоциация гостиниц и ресторанов

Электронные библиотечные системы и ресурсы

Электронно-библиотечная система «Консультант-студента» – <http://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>

Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmed.ru>

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
---------------------------	------------------------------------	--------

Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Технология разработки туристского продукта»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированной компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	Пороговый	знать: методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка
Основной		Базовый	уметь: осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, разработки и продвижения экскурсионного маршрута
Заключительный		Высокий	владеть: навыками разработки системы новых экскурсионных маршрутов на основе маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов
Начальный	ОПК-6. Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности	Пороговый	Знать: основные положения нормативно-правовой документации для осуществления профессиональной деятельности
Основной		Базовый	Уметь: осуществлять поиск и применять действия нормативно-правовой документации для деятельности в избранной профессиональной области
Заключительный		Высокий	Владеть: навыками применения норм права при выполнении должностных обязанностей в сфере профессиональной деятельности в области туризма

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины.

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
-------	-----------------	---	---	-------------------------	---------------------------------------

1	ОПК-4	Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 Знает основы и принципы формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Тема 7 Тема 8	6
			ОПК-4.2 Способен проводить маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Тема 1 Тема 2 Тема 3 Тема 4	6
			ОПК-4.3 Владеет навыками организации продаж и продвижения туристского продукта, в том числе в сети Интернет	Тема 7 Тема 8	6
2	ОПК-6	Способен применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Знает необходимую нормативную правовую информацию для профессиональной деятельности	Тема 3 Тема 4	5
			ОПК-6.2. Умеет применять нормативные правовые акты Российской Федерации, а также нормы международного права при решении профессиональных задач	Тема 4 Тема 6	5,6
			ПК-5.2. Умеет подбирать и применять методические приемы при планировании проведения экскурсии для групповых и индивидуальных экскурсионных туров	Тема 6 Тема 7 Тема 8	6

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Код компет енции	Индикаторы достижений компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наимено вание оценочн ого
----------	------------------------	---	--	---	------------------------------------

1.	ОПК-4. Способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1 Знает основы и принципы формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Знать: современные информационные и телекоммуникационные технологии продвижения и продаж Уметь: формировать каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг в информационно-телекоммуникационной сети Интернет Владеть: навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, продвижения туристского продукта посредством информационных и телекоммуникационных технологий продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Тема 7 Тема 8	тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)
		ОПК-4.2 Способен проводить маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Знать: методы маркетинговых исследований и мониторинга туристского рынка Уметь: осуществлять маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования, разработки и продвижения экскурсионного маршрута Владеть: навыками разработки системы новых экскурсионных маршрутов на основе маркетинговых исследований туристского рынка, потребителей, конкурентов	Тема 1 Тема 2 Тема 3 Тема 4	тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)
		ОПК-4.3 Владеет навыками организации продаж и продвижения туристского продукта, в том числе в сети Интернет	Знать: технологии продвижения и продаж туристского продукта Уметь: применять технологии продвижения и продаж туристического продукта Владеть: навыками продаж и продвижения туристского продукта, в том числе в сети Интернет	Тема 7 Тема 8	тестовые задания, разноуровневые задачи и задания, практическое (прикладное задание)

1. Типовые тестовые задания (пороговый уровень)

1. Туроперейтинг - это вид:

- а) Туристской деятельности, направленной на разработку, продвижение и реализацию турпродукта с целью получения прибыли;
- б) Деятельности по реализации туристских рекламных материалов;
- в) Деятельности по сопровождению туристских групп;
- г) Деятельности по реализации экскурсионных программ;
- д) Деятельности по сопровождению туристских групп;
- е) Деятельности по реализации экскурсионных программ;

2. К функциям туроперейтинга не относится:

- а) Функция ценообразования
- б) Функция продвижения
- в) Информативная функция
- г) Новаторская функция
- д) Иммиграционная функция.

3. Аутгоинговый туроператор специализируется на:

- а) Производстве, продвижении и реализации выездных международных туров, т.е. путешествий граждан своей страны за ее пределы;
- б) Производстве, продвижении и реализации туров на территории своей страны для иностранных граждан;
- в) Разработке, продвижению и организации туров на территории собственной страны для своих граждан;
- г) Активном фрахтовании воздушных судов, принадлежащих местным авиакомпаниям;
- д) Проектировании и планировании турпродукта.

4. Инкаминговый туроператор специализируется на

- а) Производстве, продвижении и реализации выездных международных туров, т.е. путешествий граждан своей страны за ее пределы;
- б) Производстве, продвижении и реализации туров на территории своей страны для иностранных граждан;
- в) Разработке, продвижению и организации туров на территории
- г) собственной страны для своих граждан;
- д) Активном фрахтовании воздушных судов, принадлежащих местным авиакомпаниям;
- е) Проектировании и планировании турпродукта

5. Инсайд-туроперейтинг специализируется на:

- а) Производстве, продвижении и реализации выездных международных туров, т.е. путешествий граждан своей страны за ее пределы;
- б) Производстве, продвижении и реализации туров на территории своей страны для иностранных граждан;

- в) Разработке, продвижению и организации туров на территории собственной страны для своих граждан;
- г) Активном фрахтовании воздушных судов, принадлежащих местным авиакомпаниям;
- д) Проектировании и планировании турпродукта

6. Что включает турпродукт?

- а) Памятки, рекламную продукцию, тур;
- б) Тур, путевку, ваучер
- в) Туристские услуги, товары, работы;
- г) Размещение, развлечения, памятку;
- д) Инструкцию о стране-дестинации, туристские услуги.

7. Туроператор - это:

- а) Активный субъект туррынка, активно участвующий в планировании, разработке, продвижении и реализации турпродукта с коммерческими целями;
- б) Конечное звено в сложной системе доведения тура до потребителя;
- в) Связующее звено между турагентами и потребителями;
- г) Связующее звено между поставщиками и турагентами;
- д) Связующее звено между поставщиками и потребителями.

8. Комитмент - это:

- а) Условие приобретения блоков комнат, характеризующееся полной или частичной (не менее 50%) предоплатой заявленного количества номеров;
- б) «Вилка» вынужденных колебаний продажной цены;
- в) Организация собственных трансферов в местах отдыха туристов;
- г) Открытие собственных представительств в курортных центрах;
- д) Инвестиции в гостиничные предприятия

9. Хотельер - это:

- а) Человек, являющийся владельцем или представителем топ менеджмента гостиничного предприятия и представляющий интересы отеля в отношениях с третьими лицами;
- б) Человек, связывающий клиентов с отелем;
- в) Топ-менеджер ресторана в отеле;
- г) Человек, защищающий интересы отеля;
- д) Человек, привлекающий инвестиции в гостиничные предприятия

10. Флайтер - это:

- а) Аутгоинговый туроператор, являющийся активным фрахтователем воздушных судов, принадлежащих местным авиакомпаниям;
- б) Туроператор, первым приобретающий по договору чартера воздушное судно полностью, то есть обязуется по согласованию с руководством

- авиакомпания и наземными службами аэропорта полностью оплатить и осуществить полет под полную собственную ответственность;
- в) Более мелкий туроператор, объемы продаж и рыночные возможности которого не позволяют ему гарантировать «подъем» чартерного авиарейса собственными силами;
 - г) Туроператор, форма работы которого не подразумевает фрахт воздушных судов ни на каких условиях;
 - д) Туроператор, который работает по направлениям, на которых отлажены недорогие и максимально удобные регулярные авиарейсы.

11. Абсолютный флайтер - это:

- а) Туроператор, первым приобретающий по договору чартера воздушное судно полностью, то есть обязуется по согласованию с руководством авиакомпании и наземными службами аэропорта полностью оплатить и осуществить полет под полную собственную ответственность;
- б) Более мелкий туроператор, объемы продаж и рыночные возможности которого не позволяют ему гарантировать «подъем» чартерного авиарейса собственными силами;
- в) Туроператор, форма работы которого не подразумевает фрахт воздушных судов ни на каких условиях;
- г) Туроператор, который работает по направлениям, на которых отлажены недорогие и максимально удобные регулярные авиарейсы.
- д) Аутгоинговый туроператор, являющийся активным фрахтователем воздушных судов, принадлежащих местным авиакомпаниям

12. Относительные флайтеры - это:

- а) Более мелкие туроператоры, объемы продаж и рыночные возможности которых не позволяют им гарантировать «подъем» чартерного авиарейса собственными силами;
- б) Туроператор, форма работы которого не подразумевает фрахт воздушных судов ни на каких условиях;
- в) Туроператор, который работает по направлениям, на которых отлажены недорогие и максимально удобные регулярные авиарейсы.
- г) Аутгоинговый туроператор, являющийся активным фрахтователем воздушных судов, принадлежащих местным авиакомпаниям.
- д) Туроператор именно в сфере выездного туризма

13. Нон-флайтеры – это:

- а) Туроператор, форма работы которого не подразумевает фрахт воздушных судов ни на каких условиях;
- б) Туроператор, который работает по направлениям, на которых отлажены недорогие и максимально удобные регулярные авиарейсы.
- в) Аутгоинговый туроператор, являющийся активным фрахтователем воздушных судов, принадлежащих местным авиакомпаниям.

- г) Туроператор именно в сфере выездного туризма
- д) Более мелкие туроператоры, объемы продаж и рыночные возможности которых не позволяют им гарантировать «подъем» чартерного авиарейса собственными силами.

14. Репрезентативная форма сотрудничества аутгоингового туроператора с иностранным курортом заключается в:

- а) Доверении «наземного обслуживания» своих туристов иностранному партнеру, так называемой meet-компании;
- б) Наличии у туроператора представительства на курорте (как частного лица, так и целого отделения, филиала);
- в) Организации собственных трансферов в местах отдыха туристов;
- г) Открытии собственных представительств в курортных центрах;
- д) Инвестировании в гостиничные предприятия.

15. Презентативная форма аутгоингового туроперейтинга – это:

- а) Доверение «наземного обслуживания» своих туристов иностранному партнеру, так называемой meet-компании;
- б) Наличие у туроператора представительства на курорте (как частного лица, так и целого отделения, филиала);
- в) Организация собственных трансферов в местах отдыха туристов;
- г) Открытие собственных представительств в курортных центрах;
- д) Инвестирование в гостиничные предприятия.

16. Клубный отдых - это:

- а) Отдых «под заказ», максимальный комфорт и качество обслуживания;
- б) Участие в событии (концерт, выступление звезд, олимпийские игры);
- в) Единение с природой, знакомство с представителями флоры и фауны;
- г) Поиск и общение с единомышленниками, расширение кругозора, обмен опытом;

17. Специалист, обладающий соответствующей квалификацией для оказания экскурсионно-информационных, организационных услуг туристам по ознакомлению с туристскими ресурсами в стране или в месте временного пребывания - это:

- а) Гид
- б) Переводчик
- в) Экскурсовод
- г) Инструктор туризма
- д) Менеджер туризма

18. Специалист, имеющий соответствующую квалификацию и опыт прохождения туристских маршрутов – это:

- а) Гид

- б) Переводчик
- в) Экскурсовод
- г) Инструктор туризма
- д) Менеджер туризма

19. Комплекс мер (реклама, участие в специализированных выставках и ярмарках, издание и распространение каталогов и буклетов) по оказанию туристских услуг – это:

- а) Договор на туристское обслуживание
- б) Продвижение туристского продукта
- в) Продажа туристских услуг
- г) Позиционирование туристского продукта
- д) Аннуляция туристских услуг

20. Перевозка туристов с транспортного терминала до отеля и обратно – это:

- а) Табльдот
- б) Тариф
- в) Транзит
- г) Трансферт
- д) Таймшер

21. Многокомнатные большие по площади номера с кухней, оснащенной бытовой техникой и посудой – это:

- а) Сюит
- б) Апартаменты
- в) Студия
- г) Стандарт
- д) Люкс

22. Предварительное закрепление за определенным туристом (пассажиrom) мест в гостиницах или на транспортных средствах, билетов в культурно-зрелищные учреждения на определенную дату – это:

- а) Чартер
- б) Ваучер
- в) Позиционирование
- г) Аннуляция
- д) Бронирование

23. Документ, выданный туристской или транспортной фирмой в подтверждение того, что турист оплатил конкретные виды услуг – это:

- а) Чартер
- б) Ваучер

- в) Позиционирование
- г) Аннуляция
- д) Бронирование

24. Система обслуживания в отелях, при которой питание, и отдельные виды услуг не требуют дополнительной оплаты(постояльцу предоставляется четырехразовое питание и закуска, кроме напитков) в течение всего светового дня – это:

- а) all inclusive
- б) Bed and breakfast
- в) Half board
- г) Full board
- д) Front desk

При использовании формы текущего контроля «Тестирование» студентам могут предлагаться задания на бумажном носителе.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «тестирование»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	85-100% правильных ответов
4	71-85% правильных ответов
3	61-70% правильных ответов
2	60% правильных ответов и ниже

2. Ситуационные задания

(базовый уровень)

1. Самостоятельно проведите исследования рекламы туроператоров по средствам массовой информации («Экстра-М», «Вояж», «Туризм», «Турифо» и др.) и определите среди рекламы предложения инициативных и рецептивных туроператоров. По каким параметрам это можно определить?

2. Найдите среди рекламных предложений инклюзив-туры, назовите их и охарактеризуйте. Приведите примеры фирм, предлагающих заказные туры. Чем рекламные объявления последних отличаются от рекламы инклюзив-туров?

3. Возьмите для примера два каких-либо туристских продукта (тура) российского рецептивного туроператора и проведите оценку их потребительских свойств. Сделайте выводы по каждому туру и сравните их. Проанализируйте, от чего зависят конкретные потребительские свойства каждого продукта.

4. Произведите экспертную оценку оптимальности обслуживания туристов на исследуемых турах. В каком случае предлагается более оптимальная программа? От каких факторов производства это зависит?

5. Составьте проект договора с АТП, предоставляющим автобусы для обслуживания туристов на туре «Автобусом по России».

6. Составьте проект договора с гостиницей в Москве, предоставляющей размещение туристов на туре «Русский фарфор».

7. Составьте проект договора с рестораном «Москва», обслуживающим ваших туристов питанием (основной пансион) на туре «Народные промыслы России», с указанием видов (заказное, шведский стол, комплексное обслуживание и др.) и вариантов обслуживания.

8. Тур, составленный и подготовленный вами в предыдущих практических заданиях, действует круглый год и имеет циклический характер. День приезда новой группы и день отъезда предыдущей не совпадают, а следуют друг за другом. Вы работаете в турфирме С.-Петербурга и отправляете группы туристов на этот тур регулярно 2 раза в месяц. Составьте проект договора с Октябрьской железной дорогой на обеспечение туристов, путешествующих по этому маршруту, проездными железнодорожными билетами.

9. Ваша фирма организует тур «Народные промыслы России». Собственной экскурсионной службы не имеет и заказывает экскурсии в экскурсионном бюро. Составьте проект договора на данный тур (на год) с экскурсионным бюро на обслуживание экскурсиями циклично заезжающих групп туристов.

10. Подготовьте проект договора с музеем на посещение его группами ваших туристов по специальным заявкам.

7. Вы работаете в туристской фирме С.-Петербурга и ведете переговоры с московским туроператором о приеме ваших туристов в Москве на туре «Русский фарфор». Разработайте проект договора между вашими туроператорскими фирмами

«Ситуационные задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
5	Обучающийся полностью и правильно выполнил задание. Показал отличные знания, умения и владения навыками применения их при ответах на вопросы в рамках усвоенного учебного материала. Работа оформлена аккуратно в соответствии с предъявляемыми требованиями
4	Обучающийся выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие знания, умения и владения навыками применения их при ответах на вопросы в рамках усвоенного учебного материала. Есть недостатки в оформлении работы
3	Обучающийся выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительные знания, умения и владения навыками применения их при ответах на вопросы
2	Обучающийся выполнил задание неправильно. При выполнении обучающийся продемонстрировал недостаточный уровень знаний, умений и владения ими в ответах на вопросы в рамках усвоенного учебного материала

1. Практическое (прикладное) задание (заключительный уровень)

1. Разработайте план-программу обеспечения гостеприимства на каждом из исследуемых туров. Составьте проект программы обслуживания туристов на автобусном туре по маршруту Москва - Владимир - Суздаль.

Определите:

- маршрут путешествия;
- перечень туристских предприятий - исполнителей услуг;
- период предоставления услуг каждым таким предприятием;
- перечень экскурсий и достопримечательных объектов, туристских походов и прогулок;
- комплекс досуговых мероприятий;
- продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута;
- количество туристов, участвующих в путешествии;
- потребность в гидах, экскурсоводах;
- количество транспортных средств и вид транспорта для внутренних перевозок;
- формы и количество рекламных, информационных материалов, а также листовок к туристским путевкам с описанием путешествия.

2. На основании проекта программы обслуживания, составленного при выполнении практического задания к предыдущей главе, соблюдая принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия, составьте:

- а) предварительную программу обслуживания (набор услуг) для партнера, направляющего к вам туристов;
- б) программу обслуживания туристов по дням, которая составляется непосредственно перед заездом;
- в) разные по уровню (классу) обслуживания программы.

3. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Москвы:

- А. Познавательный тур по Москве – 5 дней.
- Б. Конгресс-тур по Москве – 5 дней (с дообеденными заседаниями).
- В. Спортивный тур по Москве – 5 дней.

Задание должно быть выполнено: а) по набору услуг; б) по дням обслуживания.

4. Определите поставщиков услуг для организации горнолыжного и конгрессного туров. Мотивируйте свои разработки требованиями к обслуживанию данных категорий туристов.

5. Представьте, что ваша фирма организует туры по Москве. Назовите из ниженазванных туров поставщиков услуг для вашей фирмы:

- А. Русский фарфор.
- Б. Деловой тур в Москву.
- В. Народные промыслы России.
- Г. Знакомство с русской кухней в Москве.

6. Ваша туристская фирма разрабатывает новый хобби-тур «Русский фарфор» на 6 дн. Программа обслуживания этого тура дана в задании предыдущей главы учебника. Срок действия тура - круглый год.

Ваша задача - составить договорный план фирмы по организации данного тура по следующей схеме:

Имя партнера

Основной предмет договора

Срок действия договора

Сроки заключения договора

Особые сведения

Вам поручено разработать новый хобби-тур «Народные промыслы России» на следующий год для приема иностранных туристов. Маршрут тура: Москва - Ростов Великий на 6 дн. Программа тура дана в практическом задании предыдущей главы. Срок действия тура: май - октябрь. Питание - полный пансион в ресторане гостиницы, в 4-й, 5-й и 6-й день - питание в пути следования. Используя форму таблицы, данную в задании 1, составьте договорный план споставщиками услуг этого тура.

7. Ваша туристская фирма, расположенная в Москве, имеет договор с инофирмой о приеме туристов на туре «Автобусом - по России» по маршруту: Санкт-Петербург - Новгород - Тверь - Москва (12 дней). Программа, согласованная с иностранным партнером, выглядит следующим образом:

1-й день: Прибытие группы в Санкт-Петербург. Размещение в гостинице. Свободное время.

2-й день: Обзорная экскурсия по Петербургу с посещением Исаакиевского собора. Экскурсия в Петропавловскую крепость.

3-й день: Загородная экскурсия в Петродворец. Посещение театра или концерта классической музыки.

4-й день: Экскурсия в Эрмитаж. Свободное время.

5-й день: Дорога в Новгород. Обзорная экскурсия по Новгороду.

6-й день: Экскурсия по Новгородскому кремлю с посещением Грановитой палаты.

7-й день: Дорога в Тверь.

8-й день: Обзорная экскурсия по Твери. Экскурсия в Музей тверского быта.

9-й день: Дорога в Москву. Обзорная экскурсия по Москве.

10-й день: Экскурсия в Московский Кремль с посещением соборов. Теплоходная прогулка по Москве-реке.

11-й день: Экскурсия в Третьяковскую галерею. Экскурсия в Новодевичий монастырь.

12-й день: Посещение московского вернисажа. Отъезд туристов поздно вечером.

Размещение: в 2-местных номерах гостиниц туристского класса. Срок действия тура: май - сентябрь. Питание - полный пансион. Примечание: дубль-программа - маршрут: Москва - Тверь - Новгород -Петербург.

Используя форму таблицы, данную в задании 1, составьте договорный план с поставщиками услуг этого тура.

**Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«практическое задание»**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Практические задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
4	Практические задания выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89% вопросов/задач)
3	Практические задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов/задач)
2	Практические задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50%)

**2. Оценочные средства для промежуточной аттестации
(экзамен)**

1. Этапы развития туроперейтинга.
2. Понятие «туроперейтинг» и виды деятельности туроператора.
3. Предмет деятельности туроператора. Профиль работы туроператора.
4. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта.
5. Классификация и виды туроператоров. Основные типы туроператоров.
6. Операторы массового рынка.
7. Операторы специализированные: на определенном продукте / услуге и сегменте рынка.
8. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Местные туроператоры.
9. Организация туров для туризма.
10. Выездные (инициативные) туроператоры.
11. Рецептивные туроператоры.
12. Функции туроператоров и турагентов.
13. Структура туристического рынка. Субъекты рынка производителя, их классификация и характеристика.
14. Проявление глобализационных процессов в индустрии туризма.
15. Мировой и макро-региональный рынки гостиничных и транспортных услуг, особенности функционирования туристической индустрии.
16. Геопространственная организация мирового туристического рынка.

17. Схемы реализации и продвижения туристского продукта. Методы сбыта туристического продукта.
18. Внешние и внутренние факторы туроперейтинга. Оценка их влияния.
19. Организация туроператорской и турагентской деятельности: нормативно-правовые требования. Требования к лицензированию туроператорской и турагентской деятельности.
20. Регулятивные требования по организации туроператорской и турагентской бизнеса.
21. Розничные и оптовые туристические фирмы и их место в структуре каналов сбыта.
22. Типичная организационная структура туроператора: взаимосвязь работы подразделений.
23. Виды и формы агентской работы. Классификация турагентов. Виды агентов. Агентские сети. Собственные бюро продаж туроператора и их основные функции.
24. Виды рыночных каналов продвижения туристического продукта. Формирование сбытовой сети туроператоров. Формирование сбытовой сети.
25. Каналы продвижения и реализации турпродукта. Формы организации сбыта туристского продукта. Роль турагентств в турбизнесе.
26. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором.
27. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством. Контрагентские сеть и основные условия агентских соглашений.
28. Виды и формы интеграции на рынке туристических услуг.
29. Толкование термина «аквизитор». Источники аквизицию туристов. Аквизиция туристов и основные методы продажи в туризме.
30. Характеристика ассортимента услуг туристической фирмы. Ассортимент услуг туроператоров. Дифференциация предложений туроператора.
31. Выбор географии путешествий и сегментирование и различных туристических рынках. Мотивация путешествий и формирования пакетов услуг.
32. Графо-аналитические модели программ обслуживания.
33. Алгоритм разработки программы обслуживания. Планирование туристических путешествий.
34. Схемы работы туроператора по реализации и организации туров.
35. Позиционирование туров и туроператоров на конкурентном рынке. Определение портрета потребителя и потребностей туристов.
36. Договорный план и переговоры с поставщиками услуг. Согласование плана туристического обслуживания с поставщиками.
37. Принципы формирования туристско-экскурсионных программ обслуживания.

38. Цели программного туризма с точки зрения: туристского менеджмента; туристского маркетинга; технологии обслуживания туристов, цели путешествия и типологии туристов.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «экзамен»

Национальная шкала	Характеристика знания предмета и ответов
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объёме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.
хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.
не удовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)