Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Сибирский государственный индустриальный университет»

Кафедра менеджмента и территориального развития

УТВЕРЖДАЮ
Директор института технологий устойчивого развития
_____ А.В. Феоктистов
подпись
«____» _____ 20___ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Технология и организация туроператорской деятельности

43.02.16 «Туризм и гостеприимство»
(направленность (профиль): «Туроператорские и турагентские услуги»)

Квалификация выпускника
Специалист по туризму и гостеприимству

Форма обучения
Очная форма

Срок обучения: 1 год 10 месяцев

Год начала подготовки 2025

Новокузнецк
2025

СибГИУ Подлинник электронного документа хранится в системе электронного согласования документов СибГИУ
ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭП
Сертификат: 1b8241b8e11f629c673def0838264027810374a8
Владелец: Директор ИЭиМ Феоктистов Андрей Владимирович
Действителен: с 11 сентября 2024 г. по 5 декабря 2025 г.
Дата и время: 26-05-2025 10:09:20 ПРОВЕРИТЬ ПОДПИСЬ

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целями учебной дисциплины являются:

– дать обучающимся знания и умения в области теории и практики использования технологий и организации туроператорской деятельности и на этой основе сформировать и развить компетенции, которые позволят им в будущем успешно осу-ществлять профессиональную деятельность.

Задачами учебной дисциплины являются:

– дать обучающимся знания и умения по формирования туристского продукта, предоставления туроператорских услуг;
– дать обучающимся знания и сформировать умения по организации текущей деятельности служб предприятий туризма и гостеприимства.

2 Место учебной дисциплины в структуре ООП по специальности

Учебная дисциплина входит в состав профессионального модуля ПМ.02 «Предоставление туроператорских и турагентских услуг» профессионального цикла ООП по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство».

Учебная дисциплина базируется на предварительном усвоении обучающимися учебных дисциплин:

– Правовое и документационное обеспечение в туризме и гостеприимстве;
– Экономика и бухгалтерский учет предприятий туризма и гостиничного дела;
– Психология делового общения и конфликтология.

Учебная дисциплина дополняет умения и знания, получаемые по одновременно изучаемым и последующим учебным дисциплинам:

– Защита дипломного проекта (работы);
– Технология расчетов с клиентами служб предприятий туризма и гостеприимства;
– Управление человеческими ресурсами предприятий туризма и гостеприимства;
– Страхование и риски в туризме;
– Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса;
– Менеджмент в туризме и гостеприимстве;
– Маркетинг туристических услуг и гостеприимства.

3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Общие компетенции

– ОК 01.: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам

– ОК 02.: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

– ОК 03.: Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

Профессиональные компетенции

– ПК 2.1.: Оформлять и обрабатывать заказы клиентов.

Обучающийся должен быть готов к выполнению основных видов профессиональной деятельности:

– предоставление туроператорских и турагентских услуг (по выбору).

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен уметь, знать, иметь практический опыт:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Иметь практический опыт
ОК 01. ОК 02. ОК 03. ПК 2.1.	Составлять программы обслуживания различных видов туров. Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания. Выполнять работу с заявками на бронирование услуг	Понятие и виды туристского продукта. Этапы формирования турпродукта. Содержание деятельности по продвижению и продаже тур-продукта. Технологическую документацию. Методику проведения маркетинговых ис-ледований туроператора . Правила взаимодействия с клиентами туроператора	Расчета себестоимости, цены тура и оценки эффективности турпродукта; заполнения заявки на бронирование тура

4 Объем и содержание учебной дисциплины

Учебная деятельность обучающихся предусматривает учебные занятия (лекция, практическое занятие, консультация), самостоятельную

работу, выполнение курсового проекта (работы), а также другие виды учебной деятельности, определенные учебным планом и календарным планом воспитательной работы.

Объем учебной дисциплины

Семестр / курс	***ИТОГО***	***2 семестр***
Форма промежуточной аттестации		*экзамен, зачет с оценкой по КР*
Трудоёмкость, *академ. час.*	***140***	*140*
Лекции, *академ. час.*	***40***	*40*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Лабораторные работы, *академ. час.*	***0***	*0*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Практические занятия, *академ. час.*	***40***	*40*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Курсовая работа, *академ. час.*	***24***	*24*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Консультации, *академ. час.*	***1***	*1*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Самостоятельная работа, *академ. час.*	***29***	*29*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Контроль, *академ. час.*	***6***	*6*
в форме практической подготовки	***0***	*0*

Содержание учебной дисциплины

Раздел 1 Организационно-правовые основы туристской деятельности (Понятие и содержание туризма. Функции туризма. Классификация и типология туризма. Факторы и условия развития туризма);

Раздел 2 Туроператорская деятельность (Понятие и сущность туроператорской деятельности. Условия осуществления туроператорской деятельности. Государственная регистрация туристской деятельности. Банкротство и закрытие туроператоров. Виды туроператоров. Надежность туроператора);

Раздел 3 Туристский продукт как результат деятельности туроператора. Фор-мирование туристского продукта (Понятие и структура туристского продукта. Особенности турпродукта. Виды туристского продукта. Качество турпродукта. Жизненный цикл туристского продукта. Понятие и этапы формирования турпродукта. Общие требования к проектированию туристских услуг);

Раздел 4 Маркетинговые исследования туроператора. Разработка нового туристского маршрута (Специфика и комплексный характер маркетинговых исследований. Оценка конъюнктуры рынка туроператора. Сегментирование рынка. Оценка конкурентов. Этапы разработки нового турпродукта. Разработка нового туристского маршрута. Формирование тура и его составляющие. Специфика программ обслуживания различных видов туров);

Раздел 5 Ценообразование туристского продукта. Работа туроператора с гостиницами, компаниями-перевозчиками, иными организациями (Особенности ценообразования в туризме. Факторы и методы ценообразования в деятельности туроператоров. Определение и согласование цены на туристские продукты. Оценка экономической эффективности турпродукта. Договорные отношения с поставщиками услуг. Договор между отправляющей и принимающей стороной. Договор с объектом размещения. Договор с предприятием питания. Договор с перевозчиками.);

Раздел 6 Испытание туристкого продукта в рыночных условиях. Технологическая документация (Карта туристского маршрута. Технологическая карта туристского путешествия. Информационный листок. Памятка туриста. Листок с дополнительной информацией. Каталог маршрута. Калькуляция тура. Туристский ваучер).

5 Перечень тем лекций

№ раздела / темы дисциплины	Темы лекций	Трудоемкость, *академ.час*	
		всего	в форме практической подготовки
Раздел 1.	Организационно-правовые основы туристской деятельности	6	

Раздел 2.	Туроператорская деятельность	8	
Раздел 3.	Туристский продукт как результат деятельности туроператора. Формирование туристского продукта	8	
Раздел 4.	Маркетинговые исследования туроператора. Разработка нового ту-ристского маршрута	6	
Раздел 5.	Ценообразование туристского продукта. Схемы работы с гостиницами, компаниями-перевозчиками, иными организациями	6	
Раздел 6.	Испытание туристского продукта в рыночных условиях. Технологическая документация	6	
Итого:		**40**	**0**

6 Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ раздела / темы дисциплины	**Темы практических занятий (семинаров)**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 1.	Организационно-правовые аспекты туристской деятельности	6	
Раздел 2.	Организация туроператорской деятельности	8	
Раздел 3.	Формирование туристского продукта	8	
Раздел 4.	Маркетинг в туроператорской деятельности	6	
Раздел 5.	Ценообразование в туроператорской деятельности	6	
Раздел 6.	Технологии в туроператорской деятельности	6	
Итого:		**40**	**0**

7 Перечень тем лабораторных работ

№ раздела / темы дисциплины	Темы лабораторных работ	Трудоемкость, *академ.час*	
		всего	в форме практической подготовки
	Отсутствуют		
Итого:		**0**	**0**

8 Перечень тем курсовых работ (проектов)

№ раздела / темы дисциплины	Темы курсовых работ (проектов)	Трудоемкость, *академ.час*	
		всего	в форме практической подготовки
Раздел 2.	Технология и организация туроператорской деятельности	24	
Итого:		**24**	**0**

9 Виды самостоятельной работы

№ раздела / темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость, *академ.час*	
		всего	в форме практической подготовки
Раздел 1.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Прохождение тестирования.	4	
Раздел 2.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Прохождение тестирования.	5	
Раздел 3.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Прохождение тестирования.	5	
Раздел 4.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Прохождение тестирования.	5	
Раздел 5.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к	5	

	практическому занятию; 3. Прохождение тестирования.		
Раздел 6.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Прохождение тестирования.	5	
Курсовая работа	*Выполнение курсовой работы*	24	0
	Консультации	1	
Контроль	*Подготовка к экзамену*	6	
Итого:		**60**	**0**

10 Матрица компетентностных задач по учебной дисциплине

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Контролируемые компетенции	Оценочные средства
Раздел 1.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии; 3. Тестовые задания
Раздел 2.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии; 3. Оценивание этапов выполнения курсовой работы; 4. Тестовые задания
Раздел 3.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии; 3. Тестовые задания
Раздел 4.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии; 3. Тестовые задания
Раздел 5.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии; 3. Тестовые задания
Раздел 6.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.	1. Вопросы для устного обсуждения (опроса); 2. Наблюдение за работой на практическом занятии; 3. Тестовые задания

Курсовая работа.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.	1. Вопросы к защите курсовой работы
Экзамен.	ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ПК 2.1.	1. Экзамен на основе результатов текущего контроля

11 Входной контроль

11.1 Цель входного контроля − определить начальный уровень подготовленности обучающихся и выстроить индивидуальную траекторию обучения. В условиях личностно-ориентированной образовательной среды результаты входного оценивания обучающегося используются как начальные значения в индивидуальном профиле академической успешности обучающегося.

11.2 Описание оценочных средств

Форма проведения входного контроля – тестирование.

Длительность тестирования – 20 минут.

Тестирование проводится в течение первых двух недель изучения учебной дисциплины в СУО «Moodle».

Для проведения тестирования используются тестовые задания для входного контроля (для ответа на 1 вопрос, как правило, выделяется 1 минута).

Шкала оценивания результатов тестирования

За каждый правильный ответ выставляется 1 балл. Оценка выставляется в зависимости от процента правильных ответов:

Оценка формируется в соответствии с критериями таблицы:

Процент результативности (правильных ответов)	Оценка
86 до 100	«отлично»
от 67до 85	«хорошо»
от 50 до 66	«удовлетворительно»
менее 50	«неудовлетворительно»

Основываясь на результатах тестирования, формируется индивидуальная траектория обучающегося (группы обучающихся), исходя из следующих соображений:

– 86 – 100 % – обучающийся готов к изучению учебной дисциплины без дополнительного повторения изученного ранее материала;

– 50 – 67 % – обучающийся в целом готов к изучению учебной дисциплины, требуется повторение отдельных вопросов(тем) изученного

ранее материала, необходимого для успешного освоения учебной дисциплины;

– 49% и менее – обучающийся имеет слабую подготовку к изучению учебной дисциплины, необходимы корректирующие занятия и консультации.

Тестовые задания для входного контроля знаний обучающихся приведены в приложении.

12 Текущий контроль

12.1 Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) обучающихся. Данный вид контроля стимулирует у обучающихся стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины и позволяет оценить степень освоения изученного материала.

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе педагогического работника, в том числе посредством использования СУО «Moodle».

Формы проведения текущего контроля – вопросы для устного обсуждения (опроса); наблюдение за работой на практическом занятии; оценивание этапов выполнения курсовой работы; тестовые задания.

12.2 Описание оценочных средств

Шкалы оценивания (методики оценки)

12.2.1 Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля и подготовки обучающихся к изучению новой темы в начале лекции педагогическим работником проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущего раздела (темы).

Критерии оценки:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

– полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

– сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

– логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

– рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);

– своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается умение грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);

– использование дополнительного материала (обязательное условие);

– рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени).

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

– полно и аргументировано отвечает по содержанию задания;

– обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры, в том числе самостоятельно составленные;

– излагает материал последовательно и правильно.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1 – 2 ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

– излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;

– не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;

– излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «неудовлетворительно» отмечает такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному освоению последующего материала.

12.2.2 Рекомендации по оцениванию этапов выполнения курсовой работы

Курсовая работа – конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве, а также уровень сформированности аналитических, исследовательских умений,

умений практического и творческого мышления.

Оценивание этапов выполнения курсовой работы проводится в рамках текущей аттестации (три раза в семестр) в соответствии с графиком выполнения курсовой работы по учебной дисциплине. Результаты аттестации обучающихся по выполнению ими курсовой работы оцениваются руководителями в процентах от общего объема выполненной работы. Сроки выполнения курсовой работы устанавливаются кафедрой в графике выполнения курсовой работы. График выполнения курсовой работы выдается старостам групп в начале каждого семестра.

Критерии оценки % выполнения курсовой работы

Этап работы	% выполнения	Форма отчетности
Выбор темы курсовой работы и объекта исследования Постановка цели и задач курсовой работы Сбор, систематизация и изучение литературы, законодательной и нормативной документации по теме курсовой работы Разработка и согласование структуры курсовой работы Подготовка титульного листа, введения курсовой работы	30	Рабочие материалы курсовой работы
Подготовка первого раздела курсовой работы	60	Рабочие материалы курсовой работы
Подготовка второго раздела курсовой работы Окончательное оформление пояснительной записки и сдача курсовой работы руководителю	100	Оформленная курсовая работа

Критерии оценки курсовой работы

Критерии оценки выполнения курсовой работы	Оценка
Задание выполнено полностью: цель достигнута; основные понятия выделены; имеются в наличии схемы, графическое выделение особо значимой информации; все выводы и рекомендации обоснованы, работа тщательно вычитана, отсутствуют грамматические и стилистические ошибки, работа выполнена в полном объёме; процент выполнения задания соответствует плановому.	отлично
Задание выполнено: цель выполнения достигнута; наличие правильных эталонных ответов; однако работа выполнена не в полном объёме, имеются единичные опечатки, орфографические, пунктуационные, грамматические, стилистические ошибки; график выполнения задания нарушен	хорошо

на 10 – 20 %.	
Задание выполнено частично: цель выполнения достигнута не полностью; многочисленные ошибки снижают качество выполненной работы; работа представлена с отклонением от запланированного срока на 50 %.	удовлетворительно
Задание не выполнено, цель работы не достигнута.	неудовлетворительно

12.2.3 Рекомендации по оцениванию результатов тестирования обучающихся

Тестирование проводится по изученным разделам (темам) учебной дисциплины для выявления уровня умений и знаний обучающегося, мотивирования обучающегося к активизации самостоятельной работы по усвоению учебного материала, выявления и устранения пробелов в знаниях, повышения дисциплины и организации учебной деятельности обучающегося.

Тестирование проводится в СУО «Moodle» в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся. Для тестирования используется не менее 20 вопросов из базы типовых тестовых заданий по изученным разделам (темам) учебной дисциплины. В случае выбора неправильного ответа обучающийся получает за данный вопрос 0 баллов; в случае правильного ответа – 1 балл; в заданиях на соответствие за каждый правильный ответ – 0,5 баллов.

Оценка формируется в соответствии с критериями таблицы:

Максимальный балл	Проходной балл	Оценка
20	не менее 18	отлично
17	не менее 14	хорошо
13	не менее 10	удовлетворительно
9	–	неудовлетворительно

12.2.4 Рекомендации по оцениванию в процессе наблюдения за работой на практическом занятии

Наблюдение за работой на практическом занятии – важнейший компонент контроля деятельности обучающихся и качества их обучения.

Критерии оценки в процессе наблюдения за работой на практическом занятии:

– самостоятельность выполнения задания и работы с методическими указаниями (учитывается работа в течение занятия, быстрота и способность нахождения в методических указаниях нужной информации);

– правильность выполнения работы (учитывается последовательность выполняемых действий, умение работать с инструментами и/или средствами вычислительной техники);

– рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения работы с учетом индивидуальных особенностей обучающихся);

– активность обучающегося при выполнении практической работы (учитывается индивидуальная работа и работа в группе).

Критерии оценки по результатам наблюдения за работой на практическом занятии

Наименование параметра оценки	Максимальное количество баллов
Самостоятельно выполняет задания; умеет работать с методическими указаниями.	2,5
Указанные в методических указаниях действия выполняет в правильной последовательности; умеет работать с инструментами и/или средствами вычислительной техники.	1,25
Рационально использует время, отведенное на задание; проявляет активность при выполнении практической работы.	1,25
Итого	**5**

Максимальное количество – 5 баллов соответствует оценке «отлично», 4 балла – «хорошо», 3 балла – «удовлетворительно», 2 балла – «неудовлетворительно».

Задания и вопросы для текущего контроля знаний обучающихся по разделам (темам) учебной дисциплины приведены в приложении.

13 Промежуточная аттестация

13.1 Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине предназначены для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения учебной дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяют определить качество усвоения изученного материала.

Итоговой формой контроля сформированности компетенций у обучающихся по учебной дисциплине является: курсовая работа; экзамен.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся включают: вопросы к защите курсовой работы; экзамен на основе результатов текущего контроля.

13.2 Оценивание обучающегося на защите курсовой работы

Оценка	Требования к знаниям

Оценка	Требования к знаниям
отлично	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если выполнены все требования к выполнению и защите курсовой работы: соблюдены требования к внешнему оформлению, последовательно изложен материал; при защите обучающийся демонстрирует умения применять теоретические знания основной и дополнительной литературы, может показать и объяснить применение технологических решений, использованных в курсовой работе; даны правильные ответы на вопросы, заданные в процессе защиты курсовой работы.
хорошо	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если основные требования к выполнению и защите курсовой работы выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в решениях, имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите курсовой работы даны неполные ответы.
удовлетворительно	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если имеются существенные отступления от требований к выполнению и защите курсовой работы. В частности: задача решена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании и оформлении; при ответе на дополнительные вопросы на защите курсовой работы обучающийся показывает знания только основного материала, испытывает затруднения при объяснении выбранных решений.
неудовлетворительно	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если задача решена лишь частично; допущены грубые ошибки в содержании и при оформлении или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты курсовой работы обучающийся обнаруживает существенное непонимание проблемы.

Если допущены существенные недостатки в оформлении курсовой работы, опущен или не написан какой-либо раздел, имеются отступления от задания на курсовую работу, то такая курсовая работа возвращается обучающемуся на доработку.

13.3 Оценивание обучающегося на экзамене

Оценка	Требования к знаниям
отлично	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагал ответы на устные вопросы при опросах, подтвердил освоение программного материала выполнением тестовых заданий на среднюю оценку выше четырех с половиной баллов, выполнил все практические задания и посещал более 80% аудиторных занятий.
хорошо	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагал ответы на устные вопросы при опросах; подтвердил освоение программного материала выполнением тестовых заданий на среднюю оценку выше трех с половиной баллов, выполнил более 80% практических заданий и посещал более 60%

Оценка	Требования к знаниям
	аудиторных занятий.
удовлетворительно	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускал неточности при изложении ответов на устные вопросы при опросах; подтвердил освоение программного материала выполнением тестовых заданий на среднюю оценку выше двух с половиной баллов, выполнил более 60% практических заданий и посещал более 40% аудиторных занятий.
неудовлетворительно	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он неуверенно отвечал, допускал серьезные ошибки при изложении ответов на устные вопросы при опросах; не подтвердил освоение программного материала и выполнил тестовые задания на среднюю оценку ниже двух с половиной баллов, выполнил менее 60% практических заданий и посещал менее 40% аудиторных занятий.

Задания и вопросы для промежуточной аттестации обучающихся приведены в приложении.

14 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

а) основная литература:

1 Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 517 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18505-8. – URL: https://urait.ru/bcode/567572 (дата обращения: 23.05.2025);

2 Восколович, Н. А. Маркетинговые технологии в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2025. — 242 с. — ISBN 978-5-534-15811-3. – URL: https://urait.ru/bcode/566011 (дата обращения: 23.05.2025).

б) дополнительная литература:

1 Джанджугазова, Е. А. Маркетинговые технологии в туризме: марке-тинг туристских территорий : учебник для среднего профессионально-го образования / Е. А. Джанджугазова. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 205 с. — ISBN 978-5-534-21279-2. – URL: https://urait.ru/bcode/569498 (дата обращения: 23.05.2025);

2 Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 405 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-18846-2. – URL: https://urait.ru/bcode/561575 (дата обращения: 23.05.2025).

в) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1 Электронный каталог : сайт / Научно-техническая библиотека СибГИУ. – Новокузнецк, [199 –]. – URL: http://libr.sibsiu.ru. – URL: https://libr.sibsiu.ru;

2 Электронная библиотека // Научно-техническая библиотека СибГИУ : сайт. – Новокузнецк, [200 –]. – URL: http://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp. – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – URL: https://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp;

3 Электронная библиотека Издательского центра «Академия» / ИП Бурцева Антонина Петровна. – Москва, [200 ?]. – URL: https://academia-library.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

4 Консультант студента : электронно-библиотечная система / ООО «КОНСУЛЬТАНТ СТУДЕНТА». – Москва, [200 –]. – URL: http://www.studentlibrary.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

5 ЛАНЬ : электронно-библиотечная система : [Единая профессиональная база знаний издательства Лань для СПО - Издательство Лань (СПО)] / ООО «Издательство ЛАНЬ». – Санкт-Петербург, [200 –]. – URL: http://e.lanbook.com. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

6 Образовательная платформа ЮРАЙТ / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». – Москва, [200 –]. – URL: https://urait.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

7 Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Директ-Медиа». – Москва, [200 –]. – URL: https://biblioclub.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

8 НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU : база данных / ООО «НЭБ». – Москва, [200 –]. – URL: http://elibrary.ru. – Режим доступа: по подписке;

9 Электронные периодические издания ИВИС : универсальная база данных / ООО «ИВИС». – Москва, [200 –]. – URL: http://eivis.ru. – Режим доступа: по подписке.

г) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– 7-Zip;
– Adobe Acrobat Reader;
– Astra Linux Special Edition;
– Kaspersky Endpoint Security;
– LibreOffice;
– Microsoft Office;

– Microsoft Windows;
– OnlyOffice;
– Р7-Офис.

д) базы данных и информационно-справочные системы:

1 ГАРАНТ : справочно-правовая система / ООО «Правовой центр «Гарант». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.;

2 КонсультантПлюс : справочно-правовая система / ООО «Информационный центр АНВИК». – Новокузнецк, [199 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть библиотеки Сиб. гос. индустр. ун-та.;

3 Техэксперт : информационно-справочная система / ООО «Группа компаний «Кодекс». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.

15 Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины включает кабинет "Менеджмента и управления персоналом" для проведения занятий всех видов, предусмотренных учебным планом, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, мастерские и лаборатории, оснащенные оборудованием, техническими средствами обучения и материалами, учитывающими требования международных стандартов, научно-техническую библиотеку СибГИУ. Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО по направлению подготовки (специальности) 43.02.16 «Туризм и гостеприимство».

Составитель(и):

преподаватель Сидорова Лариса Евгеньевна (кафедра менеджмента и территориального развития).

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры.

Согласована:

Генеральный директор
ГК «Берлога»  А.А. Рольгейзер

Приложение

Тестовые задания для входного контроля знаний обучающихся

Выберите один правильный ответ

1. В своей работе И. Джонс и Т. Питтман предположили, что в основе самопрезентации лежит стремление к:

Выберите один правильный ответ

а) самореализации
б) идеализации образа
в) власти
г) компенсации неудач

2. Одной из важнейших личностных переменных, наиболее устойчиво связанных с убеждаемостью, является:

Выберите один правильный ответ

а) предшествующий опыт
б) статистическая осведомленность
в) кредит доверия к коммуникатору
г) самооценка

3. Группа людей, пользующихся уважением и особым значением для подростка, называется _____ группой

4. Бытующие мнения о том, что все «англичане чопорны», «испанцы темпераментны», «русские открытые» и т.д., можно отнести к:

Выберите один правильный ответ

а) эмоционально-эстетическим стереотипам
б) статусным стереотипам
в) конституционально-антропологическим стереотипам
г) этническим стереотипам

5. Мы оцениваем другого человека чаще положительно, чем негативно. Кроме того, мы можем использовать по отношению к другому человеку позитивные характеристики, когда он по отношению к нам не конкурентоспособен или вызывает жалости из-за неуверенности в себе, закомплексованности, ущербности. Все это — проявления эффекта:

Выберите один правильный ответ

а) ореола
б) первичности
в) снисходительности
г) проекции

6. Люди, у которых ярко выражены такие личностные характеристики, как желчность, упрямство, подозрительность, чаще замечают эти черты у других людей. Это — проявления эффекта:

Выберите один правильный ответ

а) ореола
б) снисходительности
в) проекции
г) установки

7. Когда собеседники, являющиеся носителями разных субкультур, не понимают смысла, значения сказанных слов, то можно сказать что между ними возник:

Выберите один правильный ответ

а) лингвистический барьер
б) стилистический барьер
в) фонетический барьер
г) семантический барьер

8. Одна и та же информация представлена в виде числовой таблицы и графика (или кривой). Информация, предъявленная в виде графика, будет воспринята:

Выберите один правильный ответ

а) хуже чем информация в виде таблицы
б) лучше чем информация в виде таблицы
в) точно так же как информация в виде таблицы

9. В межличностном взаимодействии различают три основных стиля общения. К какому из них относится взаимодействие с целью управления и обучения?

Выберите один правильный ответ

а) терапевтический
б) гуманистический
в) манипулятивный
г) ритуальный

10. Туроператоры и брокеры в сфере туриндустрии являются:

Выберите один правильный ответ

а) розничными продавцами
б) производителями
в) турагентами
г) оптовыми продавцами

11. К какому уровню туристского продукта относят доступность для потенциального клиента, информационная обеспеченность услуги, качество сервиса, профессионализм сотрудников?

Выберите один правильный ответ

а) туристский продукт в расширенном смысле слова

б) дополнительный туристский продукт

в) основной туристский продукт

г) сопутствующий туристский продукт

12. Укажите составные части туризма:

Выберите все правильные ответы (один или несколько)

а) туристский опыт

б) прогнозирование

в) производственные единицы

г) исследование

13. Производственная себестоимость включает расходы относительно себестоимости подразделения:

а) общехозяйственные расходы

б) общепроизводственные расходы

в) внепроизводственные расходы

14. Полная себестоимость включает расходы относительно производственной себестоимости:

а) общехозяйственные расходы

б) общепроизводственные расходы

в) внепроизводственные расходы

15. Прибыль как экономическая категория отражает:

а) доход, рассчитанный на основе объема реализованной продукции или услуг, исходя из действующих цен, налогов и скидок

б) финансовый результат деятельности предприятия и является основным элементом финансовых ресурсов предприятии

в) заработную плату работников, величина которой определяется необходимостью воспроизводства рабочей силы

г) сумму прибылей и убытков от реализации продукции или услуг, не связанных с их производством и реализацией

16. Чистая прибыль предприятия определяется как разница:

а) между балансовой прибылью и прибылью от внереализационных доходов

б) между балансовой прибылью и обязательными отчислениями от прибыли в бюджет и фонды предприятия

в) между выручкой и совокупными затратами на производство и реализацию продукции

г) между валовым доходом предприятия и совокупными издержками на производство и реализация продукции / услуг предприятия

17. Налоги подразделяются на:
а) прямые
б) косвенные
в) второстепенные

18. Обязательный и безэквивалентный платеж, уплачиваемый налогоплательщиками в бюджет соответствующего уровня и государственные внебюджетные фонды, — это_____

19. Обязательный и безэквивалентный платеж, уплачиваемый налогоплательщиками в бюджет соответствующего уровня и государственные внебюджетные фонды, — это _____ состав

20. Обязательный и безэквивалентный платеж, уплачиваемый налогоплательщиками в бюджет соответствующего уровня и государственные внебюджетные фонды, — это _____

Задания и вопросы для текущего контроля знаний обучающихся по разделам (темам) учебной дисциплины

Раздел 1. Организационно-правовые основы туристской деятельности

1 Устный опрос на лекции

Перечень вопросов для устного опроса:

1. Дайте определение туризма, наиболее близкое к определению, сформулированному в Федеральном законе от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
2. Что такое внутренний туризм?
3. Что понимается под туристской деятельностью?
4. В чем заключается отличие туриста от экскурсанта?
5. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные функции туризма.
6. В чем состоит экономическая функция туризма?
7. Приведите примеры негативного воздействия туристской деятельности на окружающую среду.
8. Какое практическое значение имеет классификация туризма?
9. Какие виды поездок составляют понятие «деловой туризм»?
10. Дайте характеристику видам образовательного туризма.
11. Назовите основные виды туризма, характерные для региона, в котором вы живете. Какие из них распространены наиболее широко?

2 Тестирование по результатам освоения лекционного материала и самостоятельной работы

Тестирование проводится для определения степени усвоения материалов лекций, а также выполнения самостоятельной работы в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся, в СУО «Moodle».

Перечень примерных вопросов для тестирования:

Из предложенных вариантов ответов выберите правильные ответы.

1. Поставьте в соответствие элементы туристического продукта и их характеристики

1 Турпакет	а) это результат производственной деятельности предприятий туриндустрии, удовлетворяющий потребности клиентов и не имеющий, как правило, материально-вещественной формы
2 Туристский продукт	б) это минимальный предлагаемый туристу комплекс услуг и товаров, объединенных общей целью путешествия и привязанных к одной из элементарных базовых услуг
3 Туристские услуги	в) это товар в виде предопределенного набора туристских услуг, обладающих полезностью, в широком понимании этого слова может выступать как любой вид туристских услуг

2. Назовите свойство, которое Не характерно для турпродукта

а) нематериальность

б) неосязаемость

в) способность к хранению

3. Соотнесите виды качества турпродукта и их особенности

1 Техническое качество	а) экология, уровень жизни местного населения, ЖКХ
2 Социальное качество	б) состояние инфраструктуры
3 Качество окружающей среды	в) профессионализм персонала, уровень сервиса

4. Соотнесите виды потребительского качества туристического продукта и их особенности

1 Обоснованность	а) способностью удовлетворять определенные рекреационные потребности людей
2 Надежность и безопасность	б) это соответствие турпродукта его назначению, т. е. предоставление всех туристских услуг должно соответствовать цели путешествия туриста
3 Простота в эксплуатации	в) турпродукт должен быть составлен таким образом, чтобы его реализация не была сопряжена с опасностью для жизни, здоровья и имущества туристов
4 Полезность	г) это возможность легко обнаруживать ошибки в технологии обслуживания

5. Соотнесите виды качества турпродукты и их особенности

1 Техническое качество	а) экология, уровень жизни местного населения, ЖКХ
2 Социальное качество	б) состояние инфраструктуры
3 Качество окружающей среды	в) профессионализм персонала, уровень сервиса

6. Проектирование туристских услуг осуществляется в соответствии с техническим заданием, разрабатываемым туроператором.

Указать, какой фактор не учитывается:

а) конъюнктура рынка туристских услуг

б) запросы (требований) туристов/заказчиков туристского продукта (услуги)

в) личные предпочтения проектировщика

3 Выполнение практических работ

Задания для практических работ, теоретический и методический материал для самостоятельного изучения и вопросы для собеседования представлены в методических указаниях к практическим занятиям.

1. Был ли Остап Бендер туристом с точки зрения современного российского туристского законодательства, когда вместе с Кисой Воробьяниновым плыл по Волге на пароходе «Скрябин»?

2. Турфирма отправила студента на учебу в Новую Зеландию. Через 9 мес. он возвратился домой на каникулы. Был ли он туристом? Ответ обоснуйте.

3. Определите, о каком виде (форме) туризма идет речь.

а) Профессор Н. летит на отраслевую конференцию в Ухань.

б) Футбольный фанат О. ездит на все крупнейшие соревнования своего футбольного клуба.

в) Семья В. отправилась в 2-недельный отпуск на Кипр.

г) Россиянки Александра и Людмила, обеим по 17 лет, отправились на каникулах в путешествие по России.

д) Госпожа К. отправляется на Кавказ, чтобы заняться горнолыжным спортом.

е) Бизнесмен А. вынужден переночевать в гостинице аэропорта, так как следующий рейс — только завтра. Аэропорт для него — пересадочный пункт.

ж) У жителя Воронежа Ю. есть хобби — дайвинг и фотографирование подводного мира. С этой целью он каждый отпуск отправляется к Средиземному морю.

з) Менеджер по продажам российской турфирмы «Тревел» получил от своего туроператора в качестве поощрения за большие объемы проданных туров путевку в Крым.

и) Москвички Т. и А. отправляются на фестиваль «Белые ночи» (СанктПетербург).

4. Заполните таблицу «Законодательная база туристской деятельности в Российской Федерации:

№	Нормативно-правовые акты
№	Международные правовые акты
№	Федеральные законы
№	Госты
№	Другие нормативно-правовые акты

5. Предложите пути повышения эффективности государственного регулирования туристской деятельности на примере своего региона

Раздел 2. Туроператорская деятельность

1 Устный опрос на лекции

Перечень вопросов для устного опроса:

1. Что представляет собой туроператорская деятельность
2. Назовите основные функции туроператорской фирмы.
3. Лицензируется ли туроператорская деятельность?
4. Может ли индивидуальный предприниматель осуществлять туроператорскую деятельность?
5. Для чего необходимы финансовые гарантии для фирм, занимающихся туроператорской деятельностью?
6. От чего зависит размер необходимых финансовых гарантий в туроператоской деятельности?
7. Что является основанием для отказа во внесение сведений в единый федеральный реестр туроператоров?
8. Какие критерии позволяют провести классификацию туроператоров?

2 Тестирование по результатам освоения лекционного материала и самостоятельной работы

Тестирование проводится для определения степени усвоения материалов лекций, а также выполнения самостоятельной работы в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся, в СУО «Moodle».

Перечень примерных вопросов для тестирования:

1. Соотнесите основные свойства турпродукты и их особенности

1 Комфорт	а) турпродукт должен быть составлен таким образом, чтобы его реализация не была сопряжена с опасностью для жизни, здоровья и имущества туристов
2 Престиж	б) это состояние окружающей среды, при котором человек ощущает уют, может иметь удобный, наиболее безопасный и рациональный доступ к её ресурсам для удовлетворения своих материальных потребностей для нормального функционирования человеческого организма, удовлетворений эстетического наслаждения
3 Экономичность	в) для производства премиального товара используют более дорогостоящие качественные материалы и технологии.
4 Безопасность	г) свойство товара или услуги, оборудования или процесса, обеспечивающее минимальные затраты ресурсов на достижение конечного результата.

2. Формирование туристского продукта и состоит из следующих этапов:
1 Планирование туристского продукта
2 Проектирование туристских услуг в соответствии с установленными требованиями ГОСТ 28681.1
3 Анализ соотношения спроса и предложения на рынке туруслуг с целью определения целесообразности создания турпродукта
4 Ценообразование туристского продукта

3. Проектирование туристских услуг осуществляется в несколько этапов:
1 Разработка технических требований к модели
2 Определение технологии процесса оказания туристских услуг на основе требований
3 Составление моделей туристских услуг
4 Утверждение документов на проектируемые туристские услуги

4. Вставить пропущенное слово
_____количество денег, в обмен на которые продавец готов передать (продать) единицу товара
Ответ надо ввести самостоятельно

5. Вставить пропущенное слово
_____ — это продвижение и реализация идей, товаров и услуг; представляет собой научно обоснованный комплекс средств и методов, используемый в управлении производственно-сбытовой и торговой деятельностью предприятий.
Ответ надо ввести самостоятельно

6. Соотнесите между собой характеристики различных типов туроператоров

1 Преимущества многопрофильных туроператоров	а) Высокая конкуренция на рынке туристских услуг; превышение предложения над спросом. Поэтому у туроператоров «горят» блоки мест в отелях и чартерные рейсы

2 Недостатки многопрофильных туроператоров	б) Возможность комбинирования туров; гибкость в работе, определяемая возможностью оператора акцентировать максимальные усилия то на одном, то на другом виде туров или направлении в зависимости от изменения рыночной конъюнктуры
3 Преимущества монопрофильных туроператоров	в) Рост зависимости деятельности туроператора от поставщиков туристических услуг; невысокую гибкость предлагаемых туров, необходимость постоянно модифицировать предлагаемые туры (поскольку они могут морально устареть на рынке и перестать пользоваться спросом); невозможность создать достаточно большой круг постоянных клиентов
4 Недостатки монопрофильных туроператоров	г) достижение высокого профессионализма в ограниченной области; максимальная информированность работников туроператора; возможность узнаваемости данного туроператора на рынке как организатора именно этого вида туров

3 Выполнение практических работ

Задания для практических работ, теоретический и методический материал для самостоятельного изучения и вопросы для собеседования представлены в методических указаниях к практическим занятиям.

1. Заполните таблицу «Типология туроператоров»:

Критерий	Название фирмы-туроператора
Специализация по видам туризма	
По масштабу работы	
и.т.д.	

2. Изобразите схематически процедуру государственной регистрации туроператора, который будет функционировать как общество с ограниченной ответственностью. Какие документы для этого необходимы?

3. Вы открываете турфирму, и перед вами встает вопрос о выборе надежного туроператора, работающего на направлении: Турция, Абхазия, Финляндия, Казахстан, Китай. Выберите для себя три надежных туроператора по направлению. Чем вы мотивировали свой выбор?

4. Соберите информацию о туроператорах Новокузнецка, работающих по направлению «въездной туризм». Оформите информацию в виде таблицы.

Название туроператора	Краткая характеристика туроператора	Описание сайта туроператора в интернете

5. Используя путеводители, периодические издания по туризму, интернет, подберите информацию о туроператорах, работающих по

наиболее популярным среди туристов направлениям (по вариантам): Турция, Египет, Тунис, Хорватия, Испания, Греция, Болгария, Италия, Таиланд, Китай. Оформите таблицу.

Название туроператора	Краткая характеристика туроператора	Описание сайта туроператора в интернете

Раздел 3. Туристский продукт как результат деятельности туроператора. Формирование туристского продукта.

1 Устный опрос на лекции

Перечень вопросов для устного опроса:

1. Дайте определение понятия «туристский продукт». 2. Раскройте сущность категорий «туристский пакет» и «туристская услуга».

3. Что такое туристский маршрут?

4. Какие виды услуг входят в турпакет?

5. По каким признакам дается классификация туристских маршрутов и туров?

6. Какие бывают маршруты по построению трассы?

7. Что такое нишевый турпродукт?

8. Что такое жизненный цикл турпродукта?

9. Что включает в себя деятельность «формирование туристского продукта»?

10. Какие этапы по формированию турпродукта вы знаете? Раскройте их содержание.

2 Тестирование по результатам освоения лекционного материала и самостоятельной работы

Тестирование проводится для определения степени усвоения материалов лекций, а также выполнения самостоятельной работы в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся, в СУО «Moodle».

Перечень примерных вопросов для тестирования:

1. Соотнесите между собой туроператоров, различающихся по положению на туристическом рынке и их характеристики

1 Мегаоператоры	а) Компании, ориентированные на собственную клиентскую базу, продающие одно-два своих направления, а также туры мегаи нишевых операторов
2 Нишевые операторы	б) Лидеры рынка, универсалы с огромными объемами и высокими технологиями, работающие как на массовых, так и на нишевых направлениях
3 Операторы-субагенты	в) Профи в ограниченном сегменте турпродукта. Это небольшие операторские турфирмы или специальные подразделения более крупных турфирм, которые работают, создавая индивидуальные программы по заказу своих клиентов по различным направлениям

2. Соотнесите между собой туроператоров, различающихся по технологическому характеру основных туристских услуг и их характеристики

1 Инициативные (аутгоинговые, отправляющие) туроператоры	а) Вид туроперейтинга, планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт, т. е. туры по территории своей страны для своих сограждан. Базируется на туристском потенциале своей страны и ориентирован на удовлетворение туристских потребностей своих сограждан. Инсайдинг также активно поддерживается государством, так как не приводит к оттоку денежных средств и влияет на экономику регионов.
2 Рецептивные (принимающие) туроператоры	б) Это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями
3 Инсайдинговые туроператоры	в) Это туроператоры на приеме, комплектующие туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договоры с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досугово-развлекательными учреждениями и т. д.).

3. НЕнадёжность туроператора определяется

а) Большим количеством направлений туроператора

б) Наличие личных компаний или агентств турфирмы за границей, то есть в странах, с которыми она сотрудничает

в) Работа с убытком несколько лет подряд

г) Согласованностью работы с авиакомпаниями

Правильный ответ: в)

4. Поставьте риски туроператоров по степени опасности

1 Риск изменения рыночной конъюнктуры под влиянием колебаний спроса и предложения на рынке туристских услуг.

2 Риски гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств перед туристами по договору о реализации турпродукта

5. Соотнесите преимущества франчайзи и франчайзери в рамках франчайзинга как бизнес-модели развития турфирмы

1 Выгода для франчайзера	а) Возможность начать собственное дело. Готовая «ниша». Возможность купить право пользоваться относительно известной маркой, фирменным знаком или стилем. Приобретение репутации среди потребителей за счет ведения бизнеса под признанным товарным знаком или фирменным наименованием; реклама. Наличие товарного знака дает возможность пользоваться всей мощью рекламы этого товарного знака
2 Выгода для франчайзи	б) Быстрое расширение бизнеса на новых рынках с минимизацией собственных финансовых затрат и трудовых ресурсов; снижение риска, так как собственный капитал участвует в расширении дела в минимальной степени; освобождение от необходимости оперативного управления;

	получение дополнительных доходов за счет выплат франчайзи

6. Маркетинговые исследования туроператора проводятся при помощи следующих _____: интервью, опросы, наблюдение, эксперимент и проч.

3 Выполнение практических работ

Задания для практических работ, теоретический и методический материал для самостоятельного изучения и вопросы для собеседования представлены в методических указаниях к практическим занятиям.

1. Заполните таблицу «Особенности турпродукта и их характеристики:

Особенность	Характеристики
Непостоянство	
Неразрывность (неотделимость)	
Неспособность к хранению	
Неосязаемость	

2. Заполните таблицу «Основные требования к туристическим услугам»

Основные требования	Характеристика	Пример

3. Определите минимальное количество людей в группе для тура, если известно, что постоянные издержки равны 25 000 руб., а переменные 6000 руб., цена реализации тура – 11 000 руб. на человека.

4. Определите минимальное количество отправлений туристов в год, которое обеспечивает безубыточное функционирование турфирмы, если известно, что годовая сумма аренды помещений – 200 000 руб., годовой фонд заработной платы – 1 200 000 руб., сумма коммунальных платежей в год – 40 000 руб., средняя сумма наценки на тур 4000 руб.

4. Домашнее задание

Разработать кейс «Туристский продукт» по стране (по вариантам): Франция, Италия, Испания, Греция, Черногория, Хорватия, Китай, Таиланд, Шри-Ланка, ОАЭ, Турция, Израиль, Мальдивы, Сейшелы, Маврикий, о-ва Тихого океана. Доминиканская республика, Куба, Мексика, Тунис, Марокко, Танзания, Кения.

— Общая информация о стране (ГП, столица, религия, валюта и курс, язык).

— Проанализировать полетную программу из России (кто и из каких городов летают?).

— Зачем туристы едут в страну? В чем уникальность страны и в каких направлениях (главные достопримечательности, пляжный отдых, лечение и оздоровление, событийный туризм, MICE, гастрономия и шопинг, детский и семейный отдых)?

— Виза (как туристам из России получить визу?).

— Какие отели вы бы порекомендовали для туристов разной категории и почему? Как обстоят дела с пляжами?

— С какими туроператорами вы будете сотрудничать по данному направлению?

Раздел 4. Маркетинговые исследования туроператора. Разработка нового туристского маршрута.

1 Устный опрос на лекции

Перечень вопросов для устного опроса:

1. Какое место занимает маркетинговое исследование в деятельности туристского предприятия?
2. Назовите основные виды маркетинговых исследований.
3. Назовите и охарактеризуйте методы сбора маркетинговой информации.
4. Что такое туристский рынок?
5. Что такое туристский спрос? Охарактеризуйте влияние спроса на формирование туристского продукта.
6. Что такое сегментирование рынка?
7. Назовите критерии сегментирования рынка.
8. Что следует понимать под туристским мотивом?
9. Назовите основные виды туристских мотивов.
10. Как вы думаете, насколько важно учитывать мировую статистику предпочтений туристов при формировании нового турпродукта по выезду за рубеж для россиян?

2 Тестирование по результатам освоения лекционного материала и самостоятельной работы

Тестирование проводится для определения степени усвоения материалов лекций, а также выполнения самостоятельной работы в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся, в СУО «Moodle».

Перечень примерных вопросов для тестирования:

1. Разделение рынка на четкие группы покупателей, для каждой из которых требуются индивидуальный маркетинговый подход и различные продукты и комплексы – это _____.

2. Как важно учитывать психологические потребности туристов при продаже туров?

а) Не важно

б) Может повлиять на удовлетворенность клиента

в) Определяет стоимость тура

г) Не имеет значения

3. _____ туристского рынка – это экономическая ситуация на определенный момент времени как результат соотношения спроса и предложения на данные услуги, а также уровень и динамику цен на них

4. Какие документы обычно НЕ требуются для бронирования тура?

а) Паспорт

б) Договор бронирования

в) Страховой полис

г) Пенсионное удостоверение

5. В каком туристском документе указываются следующие данные: ФИО туриста, даты поездки, номер паспорта? _____

6. _____ сторона – это юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, контрагент, принимающий туристов, прибывших в страну (место) временного пребывания. Содержание обслуживания, предоставляемого принимающей стороной, определяется ваучером, выданным направляющей стороной

Раздел 5. Ценообразование туристского продукта. Схемы работы с гостиницами, компаниями-перевозчиками, иными организациями.

1 Устный опрос на лекции

Перечень вопросов для устного опроса:

1. Каково влияние изменения доходов потребителя, взаимозамещения услуг на формирование цен на туристские услуги?
2. Чем различаются цена и себестоимость туристского продукта?
3. Идентична ли цена туроператора и конечная цена реализации туристского продукта?
4. Что характерно для различных уровней формирования цен на услуги туризма?
5. Как определяется общая стоимость поездки для индивидуального тура?
6. Каковы источники формирования доходов от туристской деятельности?

7. Каким образом затраты включаются в себестоимость туристского продукта?

8. Какие виды ценовой политики применяются при выходе туристской фирмы на новый рынок?

9. Какую роль играет норма прибыли в ценообразовании на услуги туризма?

10. В чем специфика дискриминационного ценообразования на рынке услуг туризма?

11. При каких обстоятельствах политика ценообразования, основанная на конкуренции, невыгодна?

12. В каких случаях при формировании стратегии ценообразования на услуги туризма возникают проблемы этического характера?

2 Тестирование по результатам освоения лекционного материала и самостоятельной работы

Тестирование проводится для определения степени усвоения материалов лекций, а также выполнения самостоятельной работы в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся, в СУО «Moodle».

Перечень примерных вопросов для тестирования:

1. Рассчитать себестоимость тура для группы из 10 человек, включающую перелет, проживание в отеле, трансфер и экскурсии. Коммерческие расходы составляют 15% от общей себестоимости, а накладные расходы – 10%. Себестоимость каждого компонента тура: перелет – 200 долларов за билет, проживание – 80 долларов в сутки за номер, трансфер – 40 долларов, экскурсии – 50 долларов на человека

2. Какие документы необходимо оформить для получения путевки?

а) Туристический ваучер

б) Страховка от невыезда

в) Билеты на транспорт

г) Никакие, путевка оформляется автоматически

3. Рассчитать себестоимость однодневного тура на автобусе для 30 человек. Коммерческие расходы составляют 20% от общей себестоимости, а накладные расходы – 15%. Себестоимость автобусного тура составляет 500 долларов за автобус

4. Рассчитать себестоимость пакетного тура на 7 дней для семьи из 4 человек. Коммерческие расходы составляют 25% от общей себестоимости, а накладные расходы – 12%. Себестоимость пакетного тура: 3000 долларов за человека

3 Выполнение практических работ

Задания для практических работ, теоретический и методический материал для самостоятельного изучения и вопросы для собеседования представлены в методических указаниях к практическим занятиям.

1. Приведите различия цены и себестоимости туристского продукта.
2. Приведите описание, как определяется общая стоимость поездки для индивидуального тура.
3. Перечислите и охарактеризуйте источники доходов от туристкой деятельности.
4. Проведите по данным рекламы в Интернете сравнительный анализ стоимости туристского продукта, предоставляемого различными туристскими фирмами. Выясните причины различий в цене услуг.
5. Разработайте пример использования дискриминационного ценообразования на туристские услуги.

Раздел 6. Испытание туристского продукта в рыночных условиях. Технологическая документация.

1 Устный опрос на лекции

Перечень вопросов для устного опроса:

1. Что относится к технологической документации по туру?
2. Дайте определение технологической карте туристского путешественника.
3. Из каких разделов состоит технологическая карта туристского путешествия?
4. Дайте определение понятию «туристский ваучер».
5. Какой из видов туристской документации является бланком строгой финансовой отчетности?
6. Какая информация содержится в памятке туристу?

2 Тестирование по результатам освоения лекционного материала и самостоятельной работы

Тестирование проводится для определения степени усвоения материалов лекций, а также выполнения самостоятельной работы в рамках часов, отведенных на самостоятельную работу обучающихся, в СУО «Moodle».

Перечень примерных вопросов для тестирования:

1. Вставить пропущенное слово

Глубинное _____ – это способ качественного маркетингового

исследования, при котором проводится доверительная беседа с потребителями с целью сбора данных об истинных мотивах их поведения при выборе тех или иных товаров и услуг. Такой метод позволяет максимально подробно расспросить покупателей об их предпочтениях, вкусах или сложностях и в дальнейшем учесть эти сведения в процессе разработки или улучшения продуктов

Ответ внести самостоятельно

2. Вставьте пропущенное слово

_____туристских услуг – это заказчик туристского продукта, имеющий намерение заказать или заказывающий и использующий туристский продукт исключительно для личных, семейных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Ответ ввести самостоятельно

3. Что делать в случае, если есть ошибки в оформленной документации?

а) Обратиться в турагентство за исправлением

б) Подписать документы без изменений

в) Игнорировать ошибки

г) Самостоятельно попытаться исправить ошибки

4. Какова роль сезонности в расчете себестоимости турпродукта?

а) Сезонность не влияет на себестоимость

б) В низкий сезон цены на услуги могут быть ниже, что повлияет на себестоимость

в) В сезон цены на услуги всегда выше, поэтому себестоимость тоже увеличится

г) Сезонность важна только для размещения информации на сайте

3 Выполнение практических работ

Задания для практических работ, теоретический и методический материал для самостоятельного изучения и вопросы для собеседования представлены в методических указаниях к практическим занятиям.

1. Используя образец заявки (Приложение № 2), заполните заявку на бронирование тура.

Данные для заполнения

1) Азимов Анатолий Кобылович/AZIMOV ANATOLII; 18.06.1984; г. Севастополь, ул. Хрюкина, д. 1. кв. 13. Телефон — 79788131577. Почта — eee@ mail.ru. Паспорт: 65 8078246 ФМС 0800. Срок действия 17.06.2024

2) Азимова Галина Ивановна/AZIMOVA GALINA; 08.08.1987; г. Севастополь, ул. Хрюкина, д. 1. кв. 13. Паспорт: 65 8078347 ФМС 0800. Срок действия: 17.06.2024

3) Чехия_20.04.21 по 27.04.21 (8дней/7 ночей)

4) АВИА Москва — Прага — Москва (экономкласс) Аэрофлот рейс № 124

5) Групповой трансфер Аэропорт-отель-аэропорт

6) «RESIDENCE SELECT» 3*** STANDARD BB DBL EX. BED, SV, минибар, спут. телевидение

7) ERV (полное покрытие) 50 000 евро

8) 40 100 руб.

2. Подготовьте памятку для туристов, отправляющихся в религиозный тур в Израиль.

4 Примерные вопросы к защите курсовой работы

1 В чем заключается специфика деятельности туроператора

2 Методы исследования туристского рынка.

3 Состав туристского продукта.

4 Основные субъекты туристского рынка.

5 Основные формы и методы продвижения турпродукта.

6 Формирование сбытовой сети.

7 Особенности реализации турпродукта.

8 Инновационные технологии в продвижении и реализации турпродукта.