

Документ подписан в системе электронной подписи
Информация о владельце: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.09.2022 14:45:36
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СЕРВИСА»
(ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

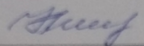
Кафедра «Туризм и гостиничное дело»

РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА
по междисциплинарному курсу «Технология и организация туроператорской деятельности»
для студентов специальности 43.02.10 «Туризм»

Тольятти, 2018

Рабочая учебная программа по междисциплинарному курсу «Технология и организация туроператорской деятельности» включена в основную профессиональную образовательную программу специальности 43.02.10 «Туризм» решением Президиума Ученого совета

Протокол № 4 от 28.06.2018 г.

Начальник учебно-методического отдела _____  Н.М. Шемендюк
28.06.2018 г.

Рабочая учебная программа по междисциплинарному курсу разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности 43.02.10 «Туризм», утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 07.05.2014 г. № 474.

Составил к.и.н., доцент Корнеева Ю.В.

(ученая степень, звание, ФИО)

Согласовано Директор научной библиотеки _____

В.Н.Еремина

Согласовано Начальник управления информатизации _____

В.В.Обухов

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры «Туризм и гостиничное дело»
(наименование кафедры)

Протокол № 9 от «02» мая 2018 г.

Заведующий кафедрой _____

(подпись)

к.филол.н., доцент Алексеева Н.Д.

(ученая степень, звание, Ф.И.О.)

Согласовано начальник учебно-методического отдела _____ Н.М.Шемендюк

1. Перечень планируемых результатов обучения по междисциплинарному курсу, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Цели освоения междисциплинарного курса:

- ознакомление студентов с основами ведения операторской деятельности в туристской индустрии;
- формирование знаний по вопросам формирования туристского продукта.

1.2. В соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа указанной специальности, содержание междисциплинарного курса позволит обучающимся решать следующие профессиональные задачи:

- использовать технологии организации деятельности туроператоров;
- планировать работу туроператора с турагентами;
- применять технологии туристского обслуживания туроператора.

1.3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения междисциплинарного курса

В результате освоения междисциплинарного курса у обучающихся формируются следующие компетенции:

Код компетенции	Наименование компетенции
ОК-1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК-2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК-3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК-4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностно
ОК-5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК-6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК-7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК-8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК-9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ПК-3.1	Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта
ПК-3.2.	Формировать туристский продукт
ПК-3.3.	Рассчитывать стоимость туристского продукта
ПК-3.4.	Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта

1.4. Перечень планируемых результатов обучения по междисциплинарному курсу

Результаты освоения междисциплинарного курса	Технологии формирования компетенции по указанным результатам	Средства и технологии оценки по указанным результатам
Знает: ОК1-9; ПК 3.1.-3.4 • методы организации собственной деятельности и способы выполнения профессиональных задач; • методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; • основные правила и методику формирования туристского продукта; • способы устранения проблем, возникающих во время тура; • методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; • методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; • основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; • правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; • техники эффективного делового общения, протокол и этикет; • специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами	Лекции Практические занятия	собеседование, коллоквиум,
Умеет: ОК1-9; ПК 3.1.-3.4 • планировать программ турпоездки, составления программ тура и турпакета; • предоставления сопутствующих услуг; • рассчитывать себестоимость услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; • взаимодействовать с турагентами по реализации турпродукта; • работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг.	Лекции с разбором конкретной ситуации Практические занятия Решение задач	коллоквиум, тестирование,
Имеет практический опыт: ОК1-9; ПК 3.1.-3.4 • планирования программ турпоездки, составления программ тура и турпакета; • проведения маркетинговых исследований рынка туристских услуг;	Практические занятия Решение разноуровневых задач семинар-дискуссия.	тестирование, защита творческих проектов

• расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; • взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта; • работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг.		
---	--	--

2. Место междисциплинарного курса в структуре образовательной программы

Междисциплинарный курс относится к профессиональному модулю ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг».

Его освоение осуществляется в 4, 5 семестрах*.

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Код компетенции(й)
	Предшествующие междисциплинарного курса	
1.	Технология и организация сопровождения туристов	ОК 1-9; ПК 2.1.-2.6.
2.	Введение в профессию	ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 8
	Последующие междисциплинарного курса	
1.	Маркетинговые технологии в туризме	ОК 1-9; ПК 3.1.-3.4.

* Здесь и далее семестры указаны для обучающихся на базе основного общего образования.

Для лиц, обучающихся на базе среднего общего образования, семестры соответствуют учебному плану и нормативному сроку обучения, установленному ФГОС.

3. Объем междисциплинарного курса в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Распределение фонда времени по семестрам, неделям и видам занятий

Виды занятий	очная форма обучения	заочная форма обучения
Итого часов	<u>160</u> ч.	<u>160</u> ч.
Зачетных единиц		
Лекции (час)	60	10
Практические (семинарские) занятия (час)	56	8
Лабораторные работы (час)	-	-
Самостоятельная работа (час)	44	142
Курсовой проект (работа) (+,-)	-	-
Контрольная работа (+,-)	+	-
Экзамен, семестр /час.	5	5
Зачет (дифференцированный зачет), семестр	-	-
Контрольная работа, семестр	4	-

4. Содержание междисциплинарного курса, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.2 Содержание междисциплинарного курса

№ п/п	Раздел междисциплинарного курса	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость			Средства и технологии оценки
		Лекции	Практ. занятия	Сам. работа	
1.	Тема 1. Рынок туристских услуг Основное содержание: 1. Понятие и сущность рынка туристских услуг. 2. Структура и показатели рынка туризма. 3. Особенности туристского рынка. Туристские потребности и туристский маркетинг. 4. Дифференциация туристского рынка.	6/1	6/1	4/18	Деловая дискуссия
2.	Тема 2. Операторская туристская фирма. Основное содержание: 1. Виды предпринимательства в сфере туризма. 2. Туристские фирмы. 3. Классификация туроператоров и направления их деятельности.	8/1	6/1	4/16	Деловая игра
3.	Тема 3. Планирование туристского продукта Основное содержание: 1. Принципы проектирования туристского продукта и его этапы. 2. Технологические операции этапа «Планирование туристского продукта». 3. Требования к предоставляемым туристским услугам и методы их контроля 4. Обязательные требования к программе. 5. Сущность комплексного подхода к планированию программы обслуживания. 6. Два подхода к планированию программы. 7. Калькуляция туристского	8/1	8/1	6/18	Промежуточное тестирование

	продукта и его экономическое обоснование. 8. Классы обслуживания.				
4.	Тема 4. Методико-технологическое обеспечение туристского путешествия (турпродукта) Основное содержание: 1. Основы методико-технологического обеспечения туристского путешествия. 2. Перечень основных документов и примеры их составления. 3. Структура технологической карты маршрута. 4. Информационный листок к туристской путевке.	8/2	8/1	6/18	Творческое задание
5	Тема 5. Предприятия – поставщики услуг Основное содержание: 1. Виды предприятия – поставщиков услуг. 2. Требования к обслуживанию на оздоровительном маршруте в зависимости от класса обслуживания туриста. 3. Основные аспекты работы туроператора с поставщиками услуг. 4. Договорная кампания туроператора. 5. Договорной план. 6. Договоры с поставщиками услуг, типовая форма и существенные условия.	8/1	8/1	6/18	Подготовка презентации
6	Тема 6. Расчет стоимости туристского продукта Основное содержание: 1. Финансовые показатели туроператора. 2. Прямые затраты 3. Косвенные затраты 4. Налоговые вычеты в туризме 5. Прибыль и рентабельность туристских продуктов.	8/2	8/1	6/18	Творческое задание
7	Тема 7. Формирование сбытовой сети Основное содержание: 1. Структура сбытовой сети. 2. Традиционные формы	6/1	6/1	6/18	Промежуточное тестирование

	сбыта туристского продукта. 3. Типовые схемы агентских сетей. 4. Современные стратегии создания агентских сетей. 5. Нетрадиционные формы сбыта.				
8	Тема 8. Методы продвижения туристского продукта Основное содержание: 1. Классификация методов продвижения туристского продукта. 2. Рекламная деятельность туроператора. 3. Выставочная деятельность в туоперетинге. 4. Нерекламные методы продвижения.	8/1	8/1	6/18	Деловая игра
	итого	60/10	56/8	44/142	Итоговое тестирование

4.2.Содержание практических (семинарских) занятий

№	Наименование темы практических (семинарских) занятий	Объем часов	Форма проведения
	5 семестр		
1	Занятие 1. «Рынок туристских услуг»	6/1	семинар-дискуссия
2	Занятие 2. «Операторская туристская фирма»	6/1	круглый стол
3	Занятие 3 «Планирование туристского продукта»	8/1	доклады
4	Занятие 4. «Методико-технологическое обеспечение туристского путешествия (турпродукта)»	8/1	решение разноуровневых и проблемных задач
5.	Занятие 5. «Предприятия – поставщики услуг»	8/1	защита творческих проектов
6	Занятие 6. «Расчет стоимости туристского продукта»	8/1	решение разноуровневых задач
7	Занятие 7. «Формирование сбытовой сети_»	6/1	тестирование
8	Занятие 8. «Методы продвижения туристского продукта»	8/1	Защита творческих работ
	Итого	56/8	

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по междисциплинарному курсу

Технологическая карта самостоятельной работы студента

Код реализ уемой компетенции	Вид деятельности студентов (задания на самостоятельную работу)	Итоговый продукт самостоятел ьной работы	Средства и технологии оценки (собеседование, письменная работа, тест и др.)	Объем часов
------------------------------	--	--	---	-------------

ОК 1	изучение лекционного материала по учебным пособиям, учебникам и конспектам лекций;	конспект	собеседование	2/8
ОК 2	подготовка и обсуждение сообщений и докладов на занятиях	доклад	Собеседование	4/12
ОК 3	выполнение контрольных работ	Индивидуальное задание	Письменная работа	4/12
ОК 4	изучение лекционного материала по учебным пособиям, учебникам и конспектам лекций;	конспект	собеседование	2/8
ОК 5	изучение лекционного материала по учебным пособиям, учебникам и конспектам лекций;	конспект	собеседование	2/8
ОК 6	подготовка и обсуждение сообщений и докладов на занятиях	Доклад	презентация	4/12
ОК 7	Выполнение индивидуальных заданий	Индивидуальное задание	Письменная работа	4/12
ОК 8	изучение лекционного материала по учебным пособиям, учебникам и конспектам лекций	конспект	собеседование	2/8
ОК 9	изучение лекционного материала по учебным пособиям, учебникам и конспектам лекций	конспект	собеседование	2/8
ПК 3.1.	выполнение контрольных работ	Индивидуальное задание	Письменная работа	4/14
ПК 3.2.	выполнение контрольных работ	Индивидуальное задание	Письменная работа	6/14
ПК 3.3.	выполнение контрольных работ	Индивидуальное задание	Письменная работа	4/14
ПК 3.4.	подготовка и обсуждение сообщений и докладов на занятиях	доклад	презентация	4/12
Итого				44/142

Рекомендуемая литература для самостоятельной работы

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. для студентов вузов по направлениям подгот. 43.03.02 "Туризм", 43.03.03 "Гостин. дело", 43.03.01 "Сервис" (квалификация (степень) "бакалавр") / С. А. Быстров. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 374 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=961834>

2. Косолапов, А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности [Текст] : учеб. пособие для сред. проф. образования по специальности "Туризм" / А. Б. Косолапов. - 6-е изд., стереотип. - М. : КноРус, 2016. - 294 с. : ил.

3. Учебно-методическое пособие по МДК "Технология и организация туроператорской деятельности" [Электронный ресурс] : для студентов специальности 43.02.10 "Туризм" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВПО "ПВГУС"), Каф. "Туризм и рекреация" ; сост. Ю. В. Корнеева. - Документ Adobe Acrobat. - Тольятти : ПВГУС, 2015. - 1,22 МБ, 80 с. - Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru>

4. Замедлина, Е. А. Экономика отрасли: туризм [Электронный ресурс] : учеб. пособие для сред. проф. образования по специальности "Туризм" / Е. А. Замедлина, О. Н. Козырева. - Документ HTML. - М. : Альфа-М, 2017. - 204 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=917757>.

5. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности [Текст] : учеб. пособие для бакалавров по направлению 050100 "Пед. образование" / И. Ф. Игнатьева. - СПб. : Питер, 2015. - 448 с. : табл.

Содержание заданий для самостоятельной работы

Темы докладов и письменных работ

1. Рынок выездного туризма.
2. Основные выездные потоки.
3. Особенности российского турпродукта.
4. Понятие туроператорской деятельности.
5. Виды туроператоров в туризме.
6. Понятие и сущность «туроперейтинг».
7. Модели туроперейтинга.
8. Классификация туроператоров в туризме по различным признакам.
9. Стандарты и документы, являющиеся результатом проектирования туристских услуг.
10. Перечень ГОСТов, на основании которых, осуществляется проектирование туруслуг.
11. Составляющие программы обслуживания.
12. Какими документами оформляется проектируемый тур.
13. Обязательные составляющие турпакета.
14. Структура турпродукта.
15. Отличия понятий: турпакет, тур, турпродукт.
16. Базисная основа для разработки туристских программ.
17. Принципы современного программного обслуживания.
18. Классификация программ туристского отдыха
19. Причины роста авиатуров в расширении географии туризма.
20. Характеристики регулярных рейсов и чартерных.
21. Виды чартерных программ.
22. Схемы сотрудничества туроператоров с авиакомпаниями.
23. Понятие «фрахта», виды фрахта.
24. Этапы заключения договора между заказчиком (туроператором) и судовладельцем.
25. Характерные черты, отличающие круизы от других туров.
26. Компоненты инфраструктуры круизного лайнера.
27. Права и обязанности туриста во время круиза.
28. Виды и категории вагонов и мест в поездах.
29. Классификация поездов в РФ и Европе.
30. Схемы взаимоотношений туроператора и железной дороги.
31. Схемы взаимоотношений туроператора и отеля.
32. Взаимодействие туроператора с судовладельцами.
33. Схемы взаимоотношений туроператора и железной дороги.
34. Взаимодействие туроператоров и авиакомпаний.
35. Договорные отношения туроператоров и предприятий питания. Кейтеринг.
36. Набор технологической документации.
37. *Технологический план формирования тура.*
38. Технология ценообразования и особенности состава затрат туристского продукта.
39. Алгоритм взаимодействия клиент-туроператор-турагент по циклу реализации турпродукта.
40. Документы сопровождающие клиента-туроператора-турагента.
41. Схемы оплаты турпродукта и технология расчетов.
42. Актуальная тема для турагентства – система удаленных платежей туроператоров.
43. Структура договора между туроператорами.
44. Варианты питания, отраженные в договоре туроператор-туроператор.
45. Условия обслуживания туристов, обязательно оговоренные с принимающей стороной.
46. Особенности подписания договора с зарубежными партнерами.
47. Какие моменты учитываются при подборе партнеров по сбыту Реклама как основное средство продвижения туристского продукта.
48. Туристские выставки и ярмарки.
49. Воркшоп в туризме.

50. Средства стимулирования сбыта в туризме.
51. Ознакомительные поездки как эффективное средство продвижения туристского продукта.
52. Продвижение торговой марки в (брендинг) в туризме.
53. Франчайзинг в туризме.
54. Связи с общественностью в продвижении туристского продукта.
55. Информационные технологии как средство продвижения туристского продукта.
56. Возможности Интернет в продвижении туристского продукта.
57. Сайт туристской организации как средство продвижения туристского продукта.
58. Принципы современного программного обслуживания.
59. Классификацию программ туристского отдыха по различным признакам.
60. Основные формы обслуживания при организации питания индивидуальных туристов, и туристских групп

Тест для самоконтроля

1. Отметьте документы, которые входят в обязательный комплект, выдаваемый туристу:
 - а) информационный листок;
 - б) карта города, куда отправляется турист;
 - в) билет на транспорт.
2. Выставки, в которых принимают участие представители различных отраслей:
 - А) многоотраслевые
 - Б) универсальные
 - В) отраслевые
3. Является ли бланк «Туристская путевка» бланком строгой отчетности на турпредприятии, если на нем есть контрольно-кассовый аппарат?
 - а) да;
 - б) нет;
 - в) только для турагентского предприятия;
 - г) только для туроператорского предприятия.
4. Какую функцию не относят к функциональным возможностям рекламы туристского продукта
 - а) информативная
 - б) коммерческая
 - в) напоминающая
5. На какую цель направлено стимулирование сотрудников туристской фирмы
 - а) на увеличение продаж туристских услуг
 - б) на повышение качества обслуживания
 - в) на повышение заинтересованности в работе
6. Может ли турист отказаться от договора оказания услуг по туристскому обслуживанию?
 - а) да;
 - б) нет;
 - в) да, но денежные средства возвращаются не все.
7. Что понимается под процессом послепродажного сопровождения услуг
 - а) передача права собственности от одного физического или юридического лица к другому
 - б) гарантия по выполнению услуг после перевода денег покупателя по счетам продавца
 - в) заключение соглашения с другими участниками канала на предмет приобретения товаров у производителя
8. К наружной рекламе не относятся
 - а) плакаты;
 - б) баннеры;
 - в) каталоги.
9. Какие компоненты включает в себя стратегия обслуживания?
 - а) потребности клиентов;
 - б) возможности туркомпаний;
 - в) ответственность поставщиков туруслуг;

- г) долгосрочная прибыль туркомпании;
 - д) рекламная деятельность туркомпании.
10. Конкурентоспособность туристского продукта заключается
- а) в низкой цене
 - б) в красивой упаковке
 - в) в способности быть проданным на конкурентном рынке
 - г) в способности быть проданным на внешнем рынке

Индивидуальные (групповые) задания для самостоятельной работы

Задание 1.

Охарактеризовать в письменном виде цели и функции деятельности Федерального агентства по туризму

Задание 2. Охарактеризовать в письменном виде современное состояние туристского рынка в Российской Федерации

Задание 3.

Письменно раскрыть значение туроператорских компаний в туристической индустрии

Задание 4. Письменно перечислить и охарактеризовать этапы туроператорской деятельности

Задание 5. Охарактеризовать виды и формы туризма в Российской Федерации

Задание 6. Охарактеризовать в письменном виде понятие и специфические свойства туристской услуги

Задание 7. Охарактеризовать в письменном виде сущность и специфические особенности турпродукта.

Задание 8. Охарактеризовать в письменном виде функции и особенности деятельности инициативного туроператора

Задание 9. Письменно раскрыть специфические особенности партнерских взаимоотношений в туроперейтинге

Задание 10. Письменно раскрыть специфические особенности туристского рынка на внутреннем, въездном, выездном направлениях

Задание 11. Охарактеризовать в письменном виде функции и особенности деятельности рецептивного туроператора

Задание 12. Охарактеризовать в письменном виде основные факторы, влияющие на туроператорскую деятельность

6. Методические указания для обучающихся по освоению междисциплинарного курса

Инновационные образовательные технологии

Вид образовательных технологий, средств передачи знаний, формирования умений и практического опыта	№ темы / тема лекции	№ практического (семинарского) занятия/наименование темы
Лекция-дискуссия	Тема 8. Методы продвижения туристского продукта	
Обсуждение проблемной ситуации	Тема 1. Рынок туристских услуг	
Компьютерные симуляции		
Деловая (ролевая игра)		Тема 3. Планирование туристского продукта
Разбор конкретных ситуаций		Тема 6. Расчет стоимости

		туристского продукта
Психологические и иные тренинги		
Слайд-лекции	Тема 7. Формирование сбытовой сети	

В начале семестра студентам необходимо ознакомиться с технологической картой междисциплинарного курса, выяснить, какие результаты освоения междисциплинарного курса заявлены (знания, умения, практический опыт). Для успешного освоения междисциплинарного курса студентам необходимо выполнить задания, предусмотренные рабочей учебной программой междисциплинарного курса и пройти контрольные точки в сроки, указанные в технологической карте (раздел 11). От качества и полноты их выполнения будет зависеть уровень сформированности компетенции и оценка текущей успеваемости по МДК. По итогам текущей успеваемости студенту может быть выставлена оценка по промежуточной аттестации, если это предусмотрено технологической картой междисциплинарного курса. Списки учебных пособий, научных трудов, которые студентам следует прочесть и законспектировать, темы практических занятий и вопросы к ним, вопросы к экзамену (зачету) и другие необходимые материалы указаны в разработанном для данной междисциплинарного курса учебно-методическом комплексе.

Основной формой освоения междисциплинарного курса является контактная работа с преподавателем - лекции, практические занятия, лабораторные работы (при наличии в учебном плане), консультации (в том числе индивидуальные), в том числе проводимые с применением дистанционных технологий.

По МДК часть тем (разделов) изучается студентами самостоятельно. Самостоятельная работа предусматривает подготовку к аудиторным занятиям, выполнение заданий (письменных работ, творческих проектов и др.) подготовку к промежуточной аттестации (экзамену (зачету)).

На лекционных и практических (семинарских) занятиях вырабатываются навыки и умения обучающихся по применению полученных знаний в конкретных ситуациях, связанных с будущей профессиональной деятельностью. По окончании изучения междисциплинарного курса проводится промежуточная аттестация (экзамен, (зачет)).

Регулярное посещение аудиторных занятий не только способствует успешному овладению знаниями, но и помогает организовать время, т.к. все виды учебных занятий распределены в семестре планомерно, с учетом необходимых временных затрат.

6.1. Методические указания для обучающихся по освоению междисциплинарного курса на практических (семинарских) занятиях, лабораторных работах

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу междисциплинарного курса;
- обсуждение вопросов в аудитории, разделенной на группы 6 - 8 обучающихся либо индивидуальных;
- выполнение практических заданий, задач;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте междисциплинарного курса;
- другое.

Содержание заданий для практических занятий

Темы для докладов и творческих работ

1. Субъекты рынка туризма.
2. Туристский потенциал территорий.
3. Организаторы туризма.
4. Потребители туристских услуг.

5. Мотивация туриста.
6. Функции туроператора как генерализации турпродукта.
7. Функции туроператора как организатора-стратега.
8. Функции туроператора как организатора-оператора.
9. Нормативная база проектирования тура.
10. Этапы проектирования турпродукта.
11. Планирование программы туристского путешествия.
12. Технология организации туров.
13. Составление оптимальной программы обслуживания.
14. Параметры уровня обслуживания туристов.
15. Соотношение классов и уровней обслуживания туристов при проектировании тура..
16. Организации, участвующие в обслуживании туристов на туре.
17. Ответственность туроператора за обслуживание туриста на маршруте тура.
18. Комплексное соответствие предлагаемой услуги клиенту.
19. Разделы договорного плана.
20. Техническая документация тура.
21. Трудности договорного взаимодействия с поставщиками туристских услуг.
22. Формирование ассортимента туров туроператора.
23. Формирование каналов сбыта туристского продукта.
24. Функции бюро продаж.
25. Агентская комиссия как важный аспект взаимодействия туроператора и турагента.
26. Схемы рыночных каналов реализации турпродукта.
27. Три аспекта при выборе партнеров по сбыту туристского продукта.
28. Условия заключения агентского соглашения.
29. Посредники в реализации туристского продукта.
30. Достоинства и недостатки собственной агентской сети.

Индивидуальные (групповые) задания

Задание 1: Вы пришли на работу в новое турагентство. Руководитель поручил Вам заключить договора с туроператорами на сотрудничество. Проанализируйте условия договоров с двумя туроператорами и предложите руководителю наилучший вариант партнера. Свои предложения аргументируйте.

Задание 2: Руководитель поручил Вам рассмотреть договор коммерческой концессии с туроператором. Проанализируйте условия договора туроператора и разработайте предложения для руководителя по франчайзингу. Свои предложения аргументируйте.

Задание 3: Вы являетесь менеджером турагентства. Ваши туристы обращаются к Вам с разными просьбами и проблемами. Проявите профессионализм и знание нормативной базы в сфере туризма и дайте грамотную оценку действий в сложившихся ситуациях.

Задание 4. При заказе тура в Египет турист сообщил, что намеревается заняться виндсерфингом и повезет с собой доски (серфы). Агент своевременно выяснил, что встречающая сторона не гарантирует размещения серфов в автобусе, который производит групповой трансфер. Агент предложил туристу заказать индивидуальный трансфер за дополнительную плату. Турист отказался от предложения, мотивируя тем, что ему навязывают дополнительную услугу. А в том случае, если ему откажут в трансфере, то он подаст в суд на возмещение ущерба в перевозке.

Прав ли турист? Ответ аргументируйте положениями «Правил оказания услуг реализации турпродукта».

Задание 5. Туристская фирма заключила договор на реализацию автобусного зарубежного тура по программе «Франция-Италия через Скандинавию, 13/12ночей». Начало путешествия 8 августа. Однако туроператор не сумел собрать достаточное количество туристов, желающих отправиться по данной программе в указанные сроки.

- Имеет ли право турист расторгнуть договор в одностороннем порядке и что послужит основанием для расторжения и на какую сумму в этом случае может рассчитывать турист?

- что может предложить туроператор туристу, чтобы его удержать.

Задание 6. Туристическая фирма заключила договор на реализацию тура на отдых в Турции, однако внезапно изменилась стоимость авиационного топлива, и авиакомпания подняла цену на перелеты. Туроператор предложил всем туристам, уже купившим тур:

- произвести необходимые доплаты к стоимости тура;
- произвести замену забронированного тура на другой, более дешевый вариант, чтобы не пришлось доплачивать;
- отказаться от купленного тура с возвратом причитающейся по закону суммы, уплаченной за турпродукт.

Правомочны ли действия туроператора? Ответ аргументируйте положениями «Правил...».

Задание 7. Турист, уже оплативший тур полностью отказывается от него, так как внезапно заболел за два дня до вылета. Может ли турист расторгнуть договор в одностороннем порядке и что послужит основанием для расторжения и на какую сумму в этом случае может рассчитывать турист?

Задание 8. Семья туристов приобрела тур «Барселона, отдых на Коста-Дорада». Туристы сообщили турагенту о том, что целью их поездки является отдых на море и обязательное посещение известного парка развлечений «Порт Аventura». Период поездки – февраль. Агент, конечно, информировал туристов о том, что морские купания в это время года на побережье Испании невозможны, но в гостинице есть закрытый бассейн. Однако агент не сообщил туристу, что парк «Порт Аventura» в этот период закрывается для посещений.

- Может ли турист предъявить претензию?
- Кому именно эта претензия будет обращена к туроператору или турагенту?
- Что послужит основанием для претензии туриста согласно «Правилам...»?

Вопросы (тест) для самоконтроля

1. Какие из указанных ниже услуг предоставляются клиенту гостиницы за дополнительную плату:
 - а) вызов «скорой помощи»;
 - б) пользование медицинской аптечкой;
 - в) доставка в номер корреспонденции;
 - г) побудка к определенному времени;
 - д) стирка и глажение.
2. Нужна ли доверенность от родителей, если несовершеннолетний ребенок выезжает за границу с руководителем группы?
 - а) нет, не нужна;
 - б) нужна, но заверять у нотариуса не обязательно;
 - в) нужна нотариально заверенная.
3. Кратковременные поощрительные меры, способствующие продвижению туристского продукта
 - а) стимулирование сбыта
 - б) личные продажи
 - в) связи с общественностью.
4. Канал сбыта – это
 - а) движение товара от производителя к потребителю
 - б) водный путь перевозки канала
 - в) все торговые посредники, через которые проходит товар
 - г) связи предприятия со своими покупателями
5. Когда начинается действие договора перевозки:
 - а) в момент приобретения билета;
 - б) в момент, когда пассажир вошел в салон автотранспортного средства, самолет и вагон.
 - в) в день отъезда/отлета транспортного средства.
6. Правоспособность фирмы – это ...
 - а) наличие у фирмы регистрационных документов
 - б) наличие у фирмы юридических оснований для работы в туризме
 - в) содержание рекламных материалов фирмы
7. Какая задача является самой главной и основной в продаже
 - а) обмен товара на деньги

- б) побудить покупателя к покупке
- в) разовое воспроизводство конкретного товара
- 8. Объем продаж (в натуральном исчислении) зависит от
 - а) объема производства и уровня товарности
 - б) объема реализации и цены единицы продукции
 - в) объема производства и себестоимости ед. продукции
- 9. Что такое «поставщики услуг»
 - а) каналы продвижения турпродукта
 - б) каналы реализации турпродукта
 - в) предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов
- 10. Туроператор занимается
 - а) организацией только авиатуров
 - б) разработкой и продвижением туров
 - в) сопровождением туристов до места назначения
 - г) оказанием переводческих услуг

6.2. Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены.

6.3. Курсовые работы (проектов) планом не предусмотрены

6.4. Методические указания для выполнения контрольных работ

Контрольная работа – важный этап учебного процесса, тесно связанный с практической деятельностью обучающихся.

Основной целью контрольной работы является закрепление теоретического материала, формирование навыков сбора первичной информации, методики ее обработки. В ходе выполнения контрольной работы применяется опыт самостоятельного исследования и анализа рынка туристских и гостиничных услуг.

Требования к содержанию контрольной работы.

Во введении определяется актуальность, объект, предмет и цель проекта, ставятся основные задачи.

Первая глава является теоретической, где приводятся основные термины и определения по выбранной теме.

Вторая глава – аналитическая, где приводится анализ исследуемого предприятия, его основных услуг и городского рынка соответствующих услуг.

В заключении приводятся основные выводы по проделанной работе. Результаты работы, проделанной автором, резюмируются без излишних деталей, повторов, подробных выводов, формул.

В процессе подготовки контрольной работы оговаривается вопрос посещения обучающимися консультаций руководителя.

Последовательность выполнения контрольной работы:

1. Выбор темы. Тема контрольной работы из предложенного ниже списка выбирается согласно порядковому номеру фамилии студента в списке группы.
2. Составление плана. План согласовывается с руководителем контрольной работы.
3. Сбор необходимых данных.
4. Написание контрольной работы.
5. Защита контрольной работы в установленные сроки.

Объем контрольной работы, не должен превышать 30 страниц машинописного текста. Из них не более 10 страниц – теоретическая часть, не более 15 – аналитическая часть. Текст набирается 12 кеглем через 1,5 интервала, в объем включаются таблицы и список литературы.

Перечень тем для контрольной работы

1. Анализ и корректировка программы туристского путешествия (по выбору).

2. Планирование оптимальной программы путешествия.
3. Калькуляция оптимальной программы путешествия.
2. Экономическое обоснование оптимальной программы путешествия.
3. Разработка договорного плана программы путешествия (по выбору).
4. Разработка технологической карты туристского путешествия (по выбору).
5. Разработка технологической карты обзорной экскурсии (по выбору).
6. Разработка информационного листка туристского путешествия.
7. Разработка текста продвижения туристского путешествия.
8. Сопоставительный анализ агентских договоров комиссии и поручения.
9. Разработка текста и слайдов презентации туристского продукта (по выбору).
10. Анализ договора реализации туристского продукта (по выбору).
11. Разработка маркетинговой стратегии турфирмы.
12. Разработка маркетинговой программы турфирмы.
13. Разработка маркетингового плана турфирмы.
14. Разработка программы маркетинговых исследований.
15. Разработка анкеты для опроса клиентов.
16. Разработка текста рекламного обращения.

6.4.2. Методические рекомендации по выполнению основных разделов контрольной работы

Структурно контрольной работы должна иметь четко выраженное введение, в котором ставится задача (описывается решаемая проблема), основную часть, где излагаются используемые авторами пути решения поставленной задачи, приводятся результаты, и заключение, в сжатой форме подводящее итог работы. В конце контрольной работы приводится список литературы.

Структура работы: Титульный лист - Содержание – Введение - Глава 1. - Глава 2. – Заключение. – Литература.

Все аббревиатуры, сокращения и условные величины расшифровываются в тексте. Все иллюстрации и таблицы сопровождаются подписями и ссылками в тексте работы. Каждый рисунок и таблица должны иметь один интервал снизу и сверху от текста. Все буквенные или цифровые обозначения, приведенные на рисунках и графиках, поясняются в основном тексте или подрисуночной подписи. Буквы греческого алфавита и специальные знаки в формулах и обозначениях (как в тексте, так и на рисунках) набираются курсивом. Надстрочные и подстрочные индексы следует поднимать вверх или опускать вниз (не набирать в строку). Графы в таблицах должны иметь краткие заголовки. Упоминаемые в заголовках величины сопровождаются соответствующими единицами измерений. Однотипные таблицы строятся одинаково.

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по междисциплинарному курсу

Фонды оценочных средств, позволяющие оценить уровень сформированности компетенций и результаты освоения междисциплинарного курса, представлены следующими компонентами:

Код оцениваемой компетенции и (или ее части)	Тип контроля (<i>текущий, промежуточный</i>)	Вид контроля (<i>устный опрос, письменный ответ, понятийный диктант, компьютерный тест, др.</i>)	Количество Элементов (<i>количество вопросов, заданий, шт.</i>)
ОК 1	<i>текущий</i>	<i>письменный ответ</i>	<i>1-10</i>
ОК 2	<i>текущий</i>	<i>устный опрос</i>	<i>1-10</i>

ОК 3	текущий	устный опрос	11-20
ОК 4	текущий	устный опрос	21-30
ОК 5	текущий	устный опрос	31-40
ОК 6	текущий	устный опрос	41-50
ОК 7	текущий	устный опрос	51-60
ОК 8	текущий	устный опрос	61-70
ОК 9	текущий	устный опрос	70-80
ПК 3.1.	текущий	тест	1-15
ПК 3.2.	текущий	Понятийный диктант	1-20
ПК 3.3.	текущий	Письменный ответ	11-20
ПК 3.4.	текущий	тест	16-30
	промежуточный	тест	1-30

7.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения междисциплинарного курса

Результаты освоения междисциплинарного курса	Оценочные средства (перечень вопросов, заданий и др.)
Знает: ПК-1;ПК-4 - методы организации собственной деятельности и способы выполнения профессиональных задач; - методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту; - основные правила и методику формирования туристского продукта;	Вопросы для опроса 1. Понятие и сущность рынка туристских услуг. 2. Организаторы туризма. 3. Классификация туроператоров и направления их деятельности. 4. Функции туроператора. 5. Принципы проектирования туристского продукта и его этапы. 6. Требования к предоставляемым туристским услугам и методы их контроля 7. Нормативная база проектирования тура. 8. Этапы проектирования турпродукта. 9. Планирование программы туристского путешествия. 10. Калькуляция туристского продукта. 11. Классы обслуживания. 12. Технология организации туров. 13. Параметры уровня обслуживания туристов. 14. Виды предприятия – поставщиков услуг. 15. Основные аспекты работы туроператора с поставщиками услуг. 16. Договоры с поставщиками услуг, типовая форма и существенные условия. 17. Основы методико-технологического обеспечения туристского путешествия. 18. Структура технологической карты маршрута. 19. Структура сбытовой сети. 20. Типовые схемы агентских сетей.

• способы устранения проблем, возникающих во время тура; • методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; • методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; • основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; • правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; • техники эффективного делового общения, протокол и этикет; специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами;	21. Нетрадиционные формы сбыта. 22. Формирование каналов сбыта туристского продукта. 23. Агентская комиссия как важный аспект взаимодействия туроператора и турагента. 24. Схемы рыночных каналов реализации турпродукта. 25. Три аспекта при выборе партнеров по сбыту туристского продукта. 26. Условия заключения агентского соглашения. 27. Рекламная деятельность туроператора. 28. Выставочная деятельность в туроперейтинге. 29. Нерекламные методы продвижения. 30. Компоненты процесса оказания услуг по договору о реализации туристского продукта. <i>Задания для письменного ответа</i> 1. Основные поставщики услуг в туризме. 2. Понятие и сущность «туроперейтинг». 3. Модели туроперейтинга. 4. Классификация туроператоров в туризме по различным признакам. 5. Основные принципы взаимоотношений туроператора и турагента. 6. Структура туристского продукта. 7. Основные виды туров. 8. Основные формы обслуживания при организации питания индивидуальных туристов, и туристских групп. 9. Стандарты и документы, являющиеся результатом проектирования туристских услуг. 10. Классификацию программ туристского отдыха по различным признакам. <i>Термины для понятийного диктанта:</i> 1. Туроперейтинг. 2. Туристский продукт. 3. Рынок туристских услуг. 4. Организаторы туризма. 5. Классификация туроператоров. 6. Классы обслуживания. 7. Виды предприятия – поставщиков услуг. 8. Технологическая карта маршрута. 9. Сбытовая сеть. 10. Нетрадиционные формы сбыта. 11. Каналы сбыта туристского продукта. 12. Выставочная деятельность в туроперейтинге. 13. Нерекламные методы продвижения. 14. Фрахт. 15. Железнодорожный тур. 16. Программа обслуживания. 17. Анимация в туризме. 18. Рынок выездного туризма. 19. Объекты размещения за рубежом. 20. Экскурсионная деятельность за рубежом.
Умеет: ПК-1; ПК-4	<i>Вопросы для опроса</i> 1. Схемы сотрудничества туроператора и отельера.

• планировать программы турпоездов, составления программ тура и турпакета; • предоставления сопутствующих услуг; • рассчитывать себестоимость услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; • взаимодействовать с турагентами по реализации турпродукта; • работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг.	2. Особенности подписания договора фрахта пассажирского судна. 3. Формы воздействия между железнодорожными компаниями туроператорами. 4. Виды договоров с авиакомпанией, их состав и особенности. 5. Существенные условия туристского договора, на основании которого строятся отношения между туроператорами, турагентами и потребителями. 6. Агентский и потребительский подходы к определению качества туристского обслуживания. 7. Особенности российского турпродукта. 8. Российские национальные праздники как основа анимационных программ во въездном туризме. 9. Основные поставщики услуг в туризме. 10. Модели туроперейтинга. 11. Классификация туроператоров в туризме по различным признакам. 12. Основные принципы взаимоотношений туроператора и турагента. 13. Структура туристского продукта. 14. Основные виды туров. 15. Основные принципы и схемы взаимного сотрудничества туроператора и отеля. 16. Основные компоненты инфраструктуры круизного судна. 17. Виды поездов и вагонов различают в России и Европе в зависимости от различных признаков. 18. Виды железнодорожных туров. 19. Основные преимущества железнодорожных туров. 20. Основные преимущества железнодорожных перевозок. 21. Уровни регулирования воздушного транспорта. 22. Основные формы обслуживания при организации питания индивидуальных туристов, и туристских групп. 23. Стандарты и документы, являющиеся результатом проектирования туристских услуг. 24. Процессы, относящиеся к основной деятельности турагентства. 25. Основные элементы процессов оказания услуг турагентством. 26. Принципы современного программного обслуживания. 27. Классификацию программ туристского отдыха по различным признакам. 28. Направления анимационного движения в туризме. 29. Организаторы анимационного обслуживания туристов на курортах и отелях. 30. Основные требования к аниматорам. <i>Задания для письменного ответа</i> 1. Виды предпринимательства в сфере туризма. 2. Функции туроператора. 3. Принципы проектирования туристского продукта и его этапы. 4. Технологические операции этапа «Планирование туристского продукта». 5. Требования к предоставляемым туристским услугам и методы их контроля
--	---

6. Нормативная база проектирования тура.
7. Этапы проектирования турпродукта.
8. Планирование программы туристского путешествия. Обязательные требования к программе.
9. Сущность комплексного подхода к планированию программы обслуживания.
10. Два подхода к планированию программы.

Вопросы для теста

1. Рентабельность — это сопоставление
 - прибыли и затрат, обеспечивающих эту прибыль
 - убытка и затрат, обеспечивающих этот убыток
 - прибыли и убытка
2. На тольяттинском рынке туристских услуг в настоящее время господствует
 - монополистическая конкуренция
 - свободная конкуренция
 - чистая монополия
 - олигополия
3. Конкурентоспособность туристского предприятия — это
 - относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной организации от развития организаций-конкурентов по степени удовлетворения своими продуктами (услугами) потребностей туристов
 - относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной организации от развития организаций-конкурентов по степени эффективности бизнеса
 - относительная характеристика, которая характеризует возможности и динамику приспособления туристской организации к условиям рыночной конкуренции
4. Инициативные туроператоры - это операторы
 - разрабатывающие туры в инициативном порядке
 - отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы
 - операторы на приеме
5. Договором о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 %:
 - по такому договору фирма гарантирует гостинице полную оплату выделенной квоты мест, независимо от их заполнения
 - это наиболее типичный договор для туристских фирм, особенно тех, которые занимаются организацией индивидуального туризма
 - по такому договору туристская фирма получает от гостиницы определенное количество мест, которые она обязана в течение периода, оговоренного в контракте, заполнить туристами
6. Турист - это лицо, путешествующее с любой целью
 - при сроке пребывания вне своего места жительства не менее 24 часов
 - кроме с целью занятия оплачиваемой деятельностью, в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющих не менее одной ночевки
 - не более 24 часов
7. Туроператоры по виду деятельности бывают: операторы массового рынка и специализированные операторы. Семейный тур могут организовать специализированные операторы по
 - месту назначения
 - определенной клиентуре

	- интересу 8. Туроператор занимается созданием, продвижением и реализацией - туристских товаров - туристских услуг - туристского продукта 9. Что такое «поставщики услуг» - каналы продвижения турпродукта - каналы реализации турпродукта - предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов. 10. Какой вид конкуренции подразумевает такую рыночную ситуацию, при которой относительно большое число небольших фирм предлагает похожую, но не идентичную продукцию - олигополистическая конкуренция - монополистическая конкуренция - монополистическая конкуренция 11. Что НЕ относят к стимулированию сбыта - симулирование продавцов - стимулирование сферы реализации услуг - стимулирование персонала - стимулирование потребителей 12. В каком состоянии находятся все компоненты макросреды туристского предприятия - взаимовлияния - взаимоотрицания - взаимоуничтожения - взаимопонимания 13. По каким признакам может быть классифицирован турбизнес? А) по численности собственников, по степени новаторства Б) по численности клиентов В) по степени удовлетворенности продуктом 14 По степени новаторства турбизнес может быть... А) классическим и неоклассическим Б) индивидуальным и коллективным В) классическим и инновационным 15. По численности собственников туристская деятельность может быть... А) классической и коллективной Б) индивидуальной и коллективной В) многопользовательской
Имеет практический опыт: ПК-1; ПК-4 • планирования программ турпоездки, составления программ тура и турпакета; • проведения маркетинговых	<i>Вопросы для опроса</i> 1. Параметры уровня обслуживания туристов. 2. Соотношение классов и уровней обслуживания туристов при проектировании тура. 3. Требования к обслуживанию на оздоровительном маршруте в зависимости от класса обслуживания туриста. 4. Организации, участвующие в обслуживании туристов на туре. 5. Ответственность туроператора за обслуживание туриста на маршруте тура. 6. Комплексное соответствие предлагаемой услуги клиенту.

исследований рынка туристских услуг; • расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; • взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта; работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг.	- Договоры с поставщиками услуг, типовая форма и существенные условия. - Основы методико-технологического обеспечения туристского путешествия. - Перечень основных документов и примеры их составления. - Традиционные формы сбыта туристского продукта. - Типовые схемы агентских сетей. - Современные стратегии создания агентских сетей. - Формирование ассортимента туров туроператора. - Формирование каналов сбыта туристского продукта. - Агентская комиссия как важный аспект взаимодействия туроператора и турагента. - Классификация методов продвижения туристского продукта. - Основные задачи менеджмента обслуживания туристов. - Современные принципы технологии обслуживания туристов. - Ответственность сторон при оказании туристских услуг. - Контроль и оценка качества туристского обслуживания. <i>Вопросы для теста</i> - Агентский договор это: - Документ, подтверждающий оплату услуг на маршруте и являющийся основанием для предоставления этих услуг. - Туристический ваучер. - Лист бронирования. - Договор между туристическим оператором и агентством, регламентирующий их статусы в совместной деятельности по продвижению и реализации туристических услуг населению. - Самой влиятельной организацией, занимающейся общими вопросами международного туризма является: - Всемирная торговая организация (ВТО); - Всемирная туристическая организация (ВТО); - Всемирная транспортная организация (ВТО). - В России туризм представляет собой: - отрасль, входящую в стадию зрелости; - отрасль, находящуюся на стадии спада; - развивающуюся отрасль; - Общим условием функционирования туристских фирм является: - получение лицензии на деятельность по международному туризму; - аккредитация Государственного комитета по торговле; с. необходимое участие в Хартии российских предпринимателей. - Что относится к туроператорской деятельности в России - продвижение турпродукта; - формирование турпродукта; - реализация турпродукта; - иная деятельность - Взаимоотношения с гостиничным предприятием определяются следующим соглашением: - договоры о квоте мест, договор о текущем бронировании; - агентское соглашение и чартер; - договор на аренду и договор о дополнительных услугах.
---	--

	7. Какой договор заключается между туристским предприятием и туристом: - агентский договор; - договор оказания услуг по туристскому обслуживанию; - договор оказания гостиничных услуг. 8. Классический турбизнес – это... А) традиционное, консервативное предпринимательство Б) турбизнес, нацеленный на русскую аудиторию В) бизнес высших сословий 9. На какие виды делится турбизнес исходя из сферы и назначения деятельности А) рекреационный, финансовый, религиозный Б) религиозный, производственный, коммерческий, финансовый В) производственный, коммерческий, финансовый, консультационный 10. По направлению деятельности туроператоров делятся А) инициативных и рецептивных Б) инициативных и безынициативных В) успешных и неуспешных 11. Проведение разграничений между сегментами рынка называется... А) рецептивный маркетинг Б) целевой маркетинг В) товарно-дифференцированный маркетинг 12. Выпуск двух или нескольких товаров с разными свойствами, но с общей целью называется... А) целевой маркетинг Б) агрессивный маркетинг В) товарно-дифференцированный маркетинг 13. Предпринимательская деятельность, осуществляемая в целях получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в обеспечении безопасности жизни и имущества, называется... А) страхование туристов Б) развлечение туристов В) регистрация туристов 14. Предпринимательская деятельность, осуществляемая в целях получения прибыли на основе удовлетворения потребностей туристов в экскурсионных услугах называется... А) страхование туристов Б) восстановление здоровья туристов В) экскурсионное обслуживание туристов 15. Что является объектами внешней среды туроператора? А) потребители, конкуренты, партнеры и постановщики Б) исследование рынка В) достижение поставленных целей
--	---

7.2. Методические рекомендации к определению процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Рабочая учебная программа междисциплинарного курса содержит следующие структурные элементы:

- перечень компетенций, формируемых в результате изучения междисциплинарного курса в процессе освоения образовательной программы;

- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе освоения образовательной программы (далее—задания). Задания по каждой компетенции, как правило, не должны повторяться.

Требования по формированию задания на оценку ЗНАНИЙ:

- обучающийся должен воспроизводить и объяснять учебный материал с требуемой степенью научной точности и полноты;
- применяются средства оценивания компетенций: тестирование, вопросы по основным понятиям междисциплинарного курса и т.п.

Требования по формированию задания на оценку УМЕНИЙ:

- обучающийся должен решать типовые задачи (выполнять задания) на основе воспроизведения стандартных алгоритмов решения;
- применяются следующие средства оценивания компетенций: простые ситуационные задачи (задания) с коротким ответом или простым действием, упражнения, задания на соответствие или на установление правильной последовательности, эссе и другое.

Требования по формированию задания на оценку навыков и (или) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- обучающийся должен решать усложненные задачи (выполнять задания) на основе приобретенных знаний, умений и навыков, с их применением в определенных ситуациях;
- применяются средства оценивания компетенций: задания требующие многошаговых решений как в известной, так и в нестандартной ситуациях, задания, требующие поэтапного решения и развернутого ответа, ситуационные задачи, проектная деятельность, задания расчетно-графического типа. Средства оценивания компетенций выбираются в соответствии с заявленными результатами обучения по МДК.

Процедура выставления оценки доводится до сведения обучающихся в течение месяца с начала изучения междисциплинарного курса путем ознакомления их с технологической картой междисциплинарного курса, которая является неотъемлемой частью рабочей учебной программы по МДК.

В результате оценивания компетенций по МДК студенту начисляются баллы по шкале, указанной в рабочей учебной программе по МДК.

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Успешность усвоения междисциплинарного курса характеризуется качественной оценкой на основе листа оценки сформированности компетенций, который является приложением к зачетно-экзаменационной ведомости при проведении промежуточной аттестации по МДК.

Критерии оценивания компетенций

Компетенция считается сформированной, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний, использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 86 до 100, что соответствует *повышенному уровню* сформированности компетенции.

Компетенция считается сформированной, если теоретическое содержание курса освоено полностью; при устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при

выполнении заданий, качество их выполнения оценено числом баллов от 61 до 85,9, что соответствует *пороговому уровню* сформированности компетенции.

Компетенция считается несформированной, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не демонстрирует необходимых умений, доля невыполненных заданий, предусмотренных рабочей учебной программой составляет 55 %, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже 61, что соответствует *допороговому уровню*.

Шкала оценки уровня освоения междисциплинарного курса

Качественная оценка может быть выражена: в процентном отношении качества усвоения **междисциплинарного курса**, которая соответствует баллам, и переводится в уровневую шкалу и оценки «отлично» / 5, «хорошо» / 4, «удовлетворительно» / 3, «неудовлетворительно» / 2, «зачтено», «не зачтено». Преподаватель ведет письменный учет текущей успеваемости студента в соответствии с технологической картой по МДК.

Шкала оценки результатов освоения междисциплинарного курса, сформированности компетенций

Шкалы оценки уровня сформированности компетенции (й)		Шкала оценки уровня освоения междисциплинарного курса		
<i>Уровневая шкала оценки компетенций</i>	<i>100 балльная шкала, %</i>	<i>100 балльная шкала, %</i>	<i>5-балльная шкала, дифференцированная оценка/балл</i>	<i>недифференцированная оценка</i>
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	Не зачтено
пороговый	61-85,9	70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
		61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение междисциплинарного курса

Основная литература

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности [Электронный ресурс] : учеб. для студентов вузов по направлениям подгот. 43.03.02 "Туризм", 43.03.03 "Гостин. дело", 43.03.01 "Сервис" (квалификация (степень) "бакалавр") / С. А. Быстров. - Документ Bookread2. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 374 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=961834>

2. Косолапов, А. Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности [Текст] : учеб. пособие для сред. проф. образования по специальности "Туризм" / А. Б. Косолапов. - 6-е изд., стереотип. - М. : КноРус, 2016. - 294 с. : ил.

3. Учебно-методическое пособие по МДК "Технология и организация туроператорской деятельности" [Электронный ресурс] : для студентов специальности 43.02.10 "Туризм" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВПО "ПВГУС"), Каф. "Туризм и рекреация" ; сост. Ю. В. Корнеева. - Документ Adobe Acrobat. - Тольятти : ПВГУС, 2015. - 1,22 МБ, 80 с. - Режим доступа: <http://elib.tolgas.ru>

Дополнительная литература

4. Замедлина, Е. А. Экономика отрасли: туризм [Электронный ресурс] : учеб. пособие для сред. проф. образования по специальности "Туризм" / Е. А. Замедлина, О. Н. Козырева. - Документ HTML. - М. : Альфа-М, 2017. - 204 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=917757>.

5. Игнатъева, И. Ф. Организация туристской деятельности [Текст] : учеб. пособие для бакалавров по направлению 050100 "Пед. образование" / И. Ф. Игнатъева. - СПб. : Питер, 2015. - 448 с. : табл.

6. Слайд-лекция по МДК "Технология и организация туроператорской деятельности". Тема № 8 "Формирование сбытовой сети" [Электронный ресурс] : для студентов специальности 43.02.10 "Туризм" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВО "ПВГУС"), [Каф. "Туризм и гостинич. дело"] ; сост. Ю. В. Корнеева. - Документ PowerPoint. - Тольятти : ПВГУС, 2017. - 524 КБ, 28 с. : ил.. - CD-ROM.

7. Слайд-лекция по МДК "Технология и организация туроператорской деятельности". Тема № 11 [Электронный ресурс] : для студентов специальности 43.02.10 "Туризм" / Поволж. гос. ун-т сервиса (ФГБОУ ВО "ПВГУС"), [Каф. "Туризм и гостинич. дело"] ; сост. Ю. В. Корнеева. - Документ PowerPoint. - Тольятти : ПВГУС, 2016. - 836 КБ, 22 с. : ил.. - CD-ROM.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
(далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения междисциплинарного курса

Интернет-ресурсы

1. Всемирная туристская организация. World Tourism Organization UNWTO [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.world-tourism.org/>. - Загл. с экрана.
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Загл. с экрана.
3. Российский союз туриндустрии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.rostourunion.ru/>. - Загл. с экрана.
4. Турбизнес [Электронный ресурс] : журнал. - Режим доступа: <http://tourbus.ru/>. - Загл. с экрана.
5. ТурИнфо [Электронный ресурс] : газета. - Режим доступа: <http://tourinfo.ru/>. - Загл. с экрана.
6. Электронная библиотечная система Поволжского государственного университета сервиса [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://elib.tolgass.ru/>. - Загл. с экрана.
7. Электронно-библиотечная система Znanium.com [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/>. - Загл. с экрана.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по междисциплинарному курсу, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Краткая характеристика применяемого программного обеспечения

№ п/п	Программный продукт	Характеристика	Назначение при освоении междисциплинарного курса
1	Microsoft Office 2003/2007/2010	Пакет офисных приложений для настольных компьютеров.	Темы 1-8

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по междисциплинарному курсу

10.1. Специально оборудованные кабинеты и аудитории

№	Наименование оборудованных	Основное специализированное оборудование
---	----------------------------	--

	учебных кабинетов и (или) аудиторий	
1	Э-208 "Учебная лаборатория" кафедры «ТиГД»	Компьютерный класс на 20 посадочных мест видеомагнитофон Philips 397/55, компьютер в сборе iP1.80 DualCore/945/2 Gb/80Gb - 10 шт., проектор мультимедийный Sanyo PLC, телевизор Philips 21 PT 1354, стенд, экран Draper Luma. Программное обеспечение: Windows XP, Internet Explorer, Microsoft Office, Corel Graphics Suite, Adobe Design Premium CS3, Adobe Reader 8, ConsultantPlus, Edelweiss, 3ds max 6, Quark XPress Passport 6.0.
2	Э-205 Научная лаборатория туристско-рекреационных кластеров (Лаборатория туристско-рекреационного проектирования)	Компьютерный класс на 20 посадочных мест электронная доска PoiyVisionWaik-and-Talk, проектор мультимедийный переносной Sanyo PLC, персональный компьютер Д346 1Gb 80 Gb - 8 шт., глобус, географическая карта России, административная карта Самарской области. Программное обеспечение: Windows XP, Internet Explorer, Microsoft Office, Adobe Design Std CS6, ConsultantPlus, Edelweiss.

Институт (факультет) среднего профессионального образования _
кафедра « Туризм и гостиничное дело »
преподаватель Корнеева Ю.В., направление подготовки 43.02.10 «Туризм»
4 семестр

[illegible]

[illegible]

