

Частное образовательное учреждение
профессионального образования
«Ставропольский многопрофильный колледж»

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

по профессиональному модулю

ПМ.02 Предоставление туроператорских и турагентских услуг

программа подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)
по специальности СПО

43.02.16 Туризм и гостеприимство

Ставрополь, 2024

Комплект контрольно-оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности СПО 43.02.16 Туризм и гостеприимство программы учебной дисциплин: **ПМ.02 Предоставление туроператорских и турагентских услуг**

Разработчик(и):

Абидова С.А. – преподаватель СМК

Рассмотрено и рекомендовано на заседании кафедры «Экономики и туризма». Протокол № 9 от 20.05. 2024 г.

Общие положения

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности **ПМ.02 Предоставление туроператорских и турагентских услуг.**

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен по модулю.

Итогом этого экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен с оценкой / не освоен».

1. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке

1.1. Профессиональные и общие компетенции

Сформированность компетенций (в т. ч. частичная для общих) может быть подтверждена как изолированно, так и комплексно. В ходе экзамена (квалификационного) предпочтение следует отдавать комплексной оценке.

ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов

ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа

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 финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства

ЛР 13 Выполняющий профессиональные навыки в сфере туризма

ЛР 14 Стремящийся к знанию и соблюдению должностных инструкций, стандартов работы, правил внутреннего трудового распорядка туроператора/турагента

ЛР 15 Владеющий правилами этикета при общении с туристами, партнерами и коллегами

ЛР 17 Знающий порядок работы с локальными и глобальными телекоммуникационными системами, методы обработки информации с использованием современных технических средств коммуникации и связи

ЛР 24 Умеющий рационально организовывать физическую и интеллектуальную деятельность, оптимально сочетать труд и отдых, различные виды активности в целях укрепления физического, духовного и социально-психологического здоровья

Показатели сформированности следует указывать для каждой компетенции из перечня

Таблица 1

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов	Осуществление приема заказов от туристов Консультирование туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа) Знать организацию работы с запросами туристов Знать Ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов
ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа	Координация работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа Взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями

Таблица 2

Общекультурные компетенции	Показатели оценки результата
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Выполнение работ в соответствии с установленными нормативно-правовыми актами Выполнение задач по оформлению и обработке заказов
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Владеть техникой количественной оценки и анализа информации Владеть методикой хранения и поиска информации
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в	Владеть основами организации деятельности служб предприятий туризма и основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных Знать требования к оформлению и

различных жизненных ситуациях	учету заказов. Знать программное обеспечение деятельности туристских организаций по учёту заказов и клиентов.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Взаимодействовать с туроператорами, турагентами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Владеть культурой межличностного общения Знать этику делового общения
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Знать нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности

1.2. Иметь практический опыт – уметь – знать

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- координации работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа;
- консультирования туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа);
- осуществления приема заказов от туристов;
- проверки наличия всех реквизитов заказа;
- идентификации вида заказа;
- направления заказа в соответствующее подразделение туроператора и его контроль;
- корректировки сроков и условий выполнения заказов и в случае необходимости информирование заказчиков (туристов) об изменении параметров заказа.

уметь:

- координировать работу подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа;
- взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями;
- владеть культурой межличностного общения;

- владеть техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры;
- владеть техникой количественной оценки и анализа информации;
- владеть методикой хранения и поиска информации;
- вести документацию, хранение и извлечение информации;
- пользоваться компьютерными программами бронирования туров;
- осуществлять контроль за своевременным выполнением заказа;
- собирать, обрабатывать и анализировать статистические данные;
- формировать банки данных.

знать:

- законодательство Российской Федерации в сфере туризма;
- нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности;
- ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов;
- цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги;
- системы бронирования услуг;
- организацию работы с запросами туристов;
- требования к оформлению и учету заказов;
- порядок контроля за прохождением и выполнением заказов;
- виды технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций;
- программное обеспечение деятельности туристских организаций;
- этику делового общения;
- основы делопроизводства;
- правила внутреннего трудового распорядка;
- правила по охране труда и пожарной безопасности

2. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Таблица 4

Элементы профессионального модуля,	Формы промежуточной аттестации
МДК.02.01	Экзамен
МДК.02.02	Экзамен
МДК.02.03	Экзамен
УП.02.01	Дифференцированный зачет
ПП.02.01	Дифференцированный зачет
ПМ.02.ЭК	Экзамен по модулю

3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

3.1. Общие положения

Основной целью оценки теоретического курса профессионального модуля является оценка умений и знаний.

Оценка теоретического курса профессионального модуля ПМ.02 Предоставление туроператорских и турагентских услуг осуществляется с использованием следующих форм и методов контроля: Тестирование, самостоятельные работы, доклады, рефераты по междисциплинарному курсу. Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.

3.2. Типовые задания для оценки освоения

3.2.1 Типовые задания для оценки освоения МДК 02.01 Технология и организация туроператорской деятельности

3.2.1.1 Теоретическая часть вопросы к экзамену

1. Понятие туроператор. Роль туроператора на рынке
2. Основные различия между туроператором и турагентом
3. Государственное регулирование туристской деятельности
4. ФЗ «Об основах туристской деятельности»
5. Условия осуществления туроператорской деятельности
6. Единый федеральный реестр туроператоров
7. Теория турпродукта. Содержание турпродукта
8. Понятие турпродукта и его виды
9. Формирование привлекательного турпродукта
10. Классификация групп клиентов
11. Концепция гостеприимства
12. Классы обслуживания.
13. Транспортное обслуживание туристов
14. Организация размещения туристов
15. Классификация гостиниц и других средств размещения
16. Услуги предприятий общественного питания
17. Типы питания
18. Экскурсионно-анимационные и другие услуги
19. Туристские мотивы
20. Требования к проектированию тура
21. Программы обслуживания
22. Тематическая направленность программ обслуживания
23. Планирование и формирование программ обслуживания туристов
24. Особенности формирования и технология организации и выездных туров
25. Расчет себестоимости турпродукта
26. Определение цены турпродукта и доходов от его реализации
27. Ценообразование в туризме
28. Ценовые стратегии
29. Формы сотрудничества туроператоров с зарубежными гостиничными предприятиями
30. Аренда отеля
31. Покупка блока мест на условиях комитмента
32. Покупка блока мест на условиях элотмента
33. Квотирование. Работа на условиях безотзывного бронирования
34. Взаимоотношения туроператоров и транспортных предприятий

35. Формы сотрудничества туроператоров и предприятий питания
36. Взаимоотношения туроператоров и экскурсионных компаний
37. Договор между инициативным и рецептивным туроператором
38. Основные позиции договорных взаимоотношений между туроператорами
39. Виды договоров между туроператорами
40. Документация тура
41. Технологическая документация тура
42. Туристская путевка
43. Порядок оформления туристской путевки
44. Документация обслуживания
45. Туристский ваучер. Оформление и учет туристских ваучеров
46. Туристские формальности
47. Визовая поддержка. Оформление виз российским гражданам, выезжающим за рубеж
48. Прием иностранных граждан. Таможенные формальности
49. Памятка туриста
50. Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператоров
51. Нормативная база страхования в туризме
52. Виды страхования в туризме
53. Страхование туристов, выезжающих за рубеж
54. Страхование на внутреннем и въездном туристском рынке
55. Оформление страховых полисов для туристов
56. Страхование профессиональной ответственности.
57. Использование информационных систем в туризме
58. Система бронирования туристских услуг
59. Заявка на бронирование. Лист бронирования
60. Агентская сеть. Принципы формирования агентской сети
61. Особенности взаимодействия туроператора и турагента. Виды турагентов
62. Принципы расчета туроператоров с турагентами

3.2.1.2 Задания

Задание 1. Выделите слабые и сильные стороны туристского продукта России. Какие меры необходимо предпринять для ликвидации слабых сторон? Внесите свои предложения.

Задание 2. По демографическому критерию рынок делят, например, на следующие сегменты: школьники, студенты, люди зрелого возраста, пенсионеры. Назовите объекты интереса в Белгородской области для каждой группы.

Задание 4. Какие документы необходимы для покупки тура по городам Европы? Изучите внимательно каталоги ведущих операторов России, специализирующихся на выездных турах («Интерс», «Дельфин», «Туртрансвояж»), либо зайдите на сайты этих компаний. Список документов

и образцы анкет для консульств этих стран всегда размещаются и в печатном, и в электронном вариантах.

Задание 5. Критерий количественных предпочтений делит потребителей на три сегмента: туристы-индивидуалы, групповые туристы, корпоративные туристы. Охарактеризуйте каждый из этих сегментов.

Задание 6. Пользуясь справочной информацией, Интернет ресурсом охарактеризуйте ландшафтные ресурсы Ставропольского края, Краснодарского края, КМВ, КЧР, Республики Адыгея приведите примеры.

Задание 7. Какие факторы формировали конъюнктуру туристского рынка Вашего города в прошедшем высоком сезоне? Какими методами можно установить значимость и силу воздействия отдельных факторов на формирование конъюнктуры туристского рынка?

Задание 8. Потребители туристских услуг всегда находятся под влиянием определенных социально-экономических факторов. Перечислите основные из этих факторов применительно к условиям вашего города.

Задание 9. Изложите схему согласования цены пакета услуг с иностранными партнерами. Какие нюансы следует учитывать во время переговоров?

Задание 10. Создание природно-исторических парков позволяет спасти ценнейшие памятники истории и культуры как целостные архитектурно-ландшафтные и культурные комплексы. В природно-исторических парках предусматривается охрана и восстановление как памятников истории и культуры, так и окружающего исторического рукотворного, природного или традиционного сельского ландшафта, который также рассматривается как непреходящая историческая и экологическая ценность, национальное достояние. Существует ли в Белгородской области, охраняемые природно-исторические комплексы. Назовите их.

Задание 11. При развитии необходимой туристской инфраструктуры важно не нарушить исторический архитектурный облик города. Каждый вновь создаваемый объект должен вписываться в сложившийся городской ансамбль по этажности, архитектурному стилю, интерьерному оформлению. Должны учитываться национальные и региональные особенности и традиции данной территории. Необходимо, чтобы каждый создаваемый туристский центр имел свой неповторимый облик. Придумайте туристский исторический проект в Белгородской области, отражающий традиции города.

Задание 12. Дайте характеристику направлений формирования каналов продаж.

Тип канала продаж	Характеристика
Внешний	

Внутренний	
------------	--

Задание 13. Заполните таблицу

Вид туроператора	Характеристика
Аутгоинговый туроператор	
Флайтер	
Абсолютный флайтер	
Относительный флайтер	
Нон-флайтер	

Задание 14. Дайте сравнительную характеристику туроператора и турагента. Результаты оформите в таблице.

Критерий	Турагент	Туроператор
Функции		
Способы реализации		
Классификация		
Рекламно-информационная деятельность		

Задание 15. Рассчитать стоимость обслуживания по индивидуальному туру Москва–Мальта–Москва, реализуемому турагентом от имени туроператора. Стоимость путевки по договору составляет \$ 986, агентское вознаграждение – 15%. Турагент кроме реализации тура предлагает собственные услуги: размещение и трансфер в Москве – 2 дня, размещение, стоимость обслуживания в день составляет 250 руб., трансфер на собственном автобусе туроператора – 6 часов, стоимость обслуживания в час составляет 285 руб, прибытие в аэропорт Шереметьево, оплата турагентом по факту. Предусмотреть и расшифровать дополнительные услуги по реализации тура.

Задание 16. Составить калькуляцию тура при условии:

1. Туристское предприятие предоставляет обслуживание по маршруту Москва–Токио–Москва.

2. Исходная база для туроператорской деятельности:

- стоимость аренды судна – \$ 30 000; страховка входит в стоимость, продолжительность тура 7 дней.

- визовая поддержка на одного туриста – 500 руб.;

- средняя загрузка судна – 150 туристов; 30 мест 1 класса, 50 мест 2-го класса и 70 мест 3-го класса; дифференциация стоимости проезда в зависимости о классности кают устанавливается туроператором;

- дирекция круиза – 3 человека;

- культурно-развлекательные расходы – 50 руб. на одного туриста.

3. Накладные расходы 8,9% от прямых затрат.

Задание 17. Две или несколько турфирм предлагают одну и ту же экскурсию «История Москвы», но в одной фирме есть высококлассный экскурсовод, а в других экскурсоводы более низкого уровня. Можно ли сказать, что турпродукт первой турфирмы имеет более высокое качество, чем у других турфирм? Как турист, интересующийся темой «История Москвы», может узнать о качестве этой экскурсии в той или иной фирме, если судить он может только по рекламе?

Задание 18. Сегодня большинство туроператоров создает новый для себя массовый турпродукт. При этом туроператор опирается на турпродукт, уже существующий и предлагаемый на рынке, но отсутствующий в его ассортименте турпродуктов.

Фактором, побуждающим туроператора выбирать в качестве исходного один из имеющихся на рынке турпродуктов, является выявленная туроператором высокая популярность, востребованность этого турпродукта, а, следовательно, потенциальная экономическая привлекательность и целесообразность создания и реализации такого же или подобного турпродукта. Назовите преимущества и недостатки такой разновидности турпродукта.

Задание 19 Оцените величину турпотока за выбранный контрольный период по конкретному туру, на сайте туроператора необходимо выявить частоту проведения этого тура и, соответственно, а также узнать примерное количество туристов, набираемых на каждый заезд (источником такой информации являются, например, места в самолете, сведения о марке и количестве посадочных мест автобуса, используемого для трансферов). Таким образом, вы сможете оценить величину турпотока по каждому туру.

Задание 20. Возьмите рекреационный турпродукт, содержащий доставку туристов в дестинацию, трансфер к средству размещения, размещение и питание. Выберите и опишите указанные услуги так, чтобы они соответствовали материальному уровню фокус-группы, члены которой имеют доход (8000-12000) руб./месяц.

Задание 21. Рассчитайте оптимальный одиннадцатидневный график заездов в пансионат для фокус-группы, состоящей из семейных туристов.

Задание 22. Разработайте макет рекламного объявления для конкретного туристского продукта, учитывая следующие вопросы: 1) на кого ориентирован туристский продукт; 2) что вы хотите сказать о качестве вашего турпродукта; 3) какой формы должно быть ваше объявление; 4) какие рекламо-носители вы будете использовать (СМИ, рекламные щиты, киоски,

ТВ), 5) когда должна выйти ваша реклама.

Задание 23. Составьте план мероприятий для туроператорской компании по паблик рилейшенз (PR), чтобы они были направлены на:

- перманентную организацию информационного потока от компании к существующим и потенциальным партнерам и клиентам;
- создание и поддержание имиджа компании и обеспечение эффективности ее присутствия в сферах конкурентного рынка и в сопутствующих ему акциях;
- достижение понимания и доброжелательности со стороны средств массовой информации, на который ориентируется ваш бизнес.

Задание 24. Туроператор формирует и продает туры в Испанию. Цена одного из самых популярных туров среди туристов составляет – 25800 рублей. Ежегодно туроператор самостоятельно реализует туры в это направление в объеме 3680 путевок, а агентства, сотрудничающие с ним – 6380 путевок. Рассчитайте выручку по данному турпродукту за год.

Задача 25. Перед началом сезона в 2023 году туроператор «WorldHolidays» планировал получение прибыли в определенном размере. В ассортименте туров у оператора появилось новое направление – экскурсионный тур «Неизведанная Индия». Сотрудниками отдела маркетинга запланировано реализовать тур в объеме – 1350 путевок за сезон. Стоимость тура составляет 62300 рублей. Рассчитайте запланированную прибыль, если запланированные затраты на один тур составят 42000 рублей.

3.2.2 Типовые задания для оценки освоения МДК 02.02 Технология и организация турагентской деятельности

3.2.2.1 Теоретическая часть вопросы к экзамену

1. Турагентская деятельность в ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
2. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта.
3. Государственные стандарты РФ о деятельности турагентств.
4. Понятие, функции и виды турагентств.
5. Выбор турагентом туроператора.
6. Формы взаимодействия турагентов и туроператоров.
7. Понятие и виды информации в сфере туризма.
8. Обеспечение туриста информацией о турпродукте.
9. Использование туристской информации турагентами.
10. Договор о реализации турпродукта.
11. Туристская путевка.
12. Документы, выдаваемые туристу для совершения путешествия.
13. Автоматизация работы турагентства.
14. Виды программного обеспечения в туризме.

15. Использование информационных ресурсов Интернет.
16. Использование электронных туристских каталогов.
17. Понятие и виды виз.
18. Порядок выдачи виз в РФ.
19. Правила доставки туроператору пакета документов туриста.
20. Правила изготовления, использования и хранения бланков строгой отчетности.
21. Варианты ценообразования в турагентской деятельности. Расчет стоимости тура.
22. Понятие и виды рекламы. Средства рекламы.
23. Нерекламные методы продвижения турагентских услуг.
24. Особенности личной продажи туристского продукта.
25. Особенности продажи по телефону.
26. Особенности работы с клиентами разных психологических типов.
27. Урегулирование конфликтных ситуаций.
28. Формирование лояльности клиентов турфирмы.
29. Организация оплаты при реализации турпродукта конечному потребителю.
30. Организация расчетов за турпродукт между турагентом и туроператором.
31. Информационный подготовительный этап продажи турпродукта.
32. Организационный подготовительный этап продажи турпродукта.
33. Продажа туристского продукта.
34. Создание туристской фирмы.
35. Обслуживание туристов в местах дестинации.
36. Франчайзинг в турагентской деятельности.

3.2.2.2 Задания

Задание 1. Выделите слабые и сильные стороны туристского продукта России. Какие меры необходимо предпринять для ликвидации слабых сторон? Внесите свои предложения.

Задание 2. По демографическому критерию рынок делят, например, на следующие сегменты: школьники, студенты, люди зрелого возраста, пенсионеры. Назовите объекты интереса в Белгородской области для каждой группы.

Задание 3. Сформулируйте пять цепочек из трех закрытых вопросов, подразумевающих положительный ответ клиента так, чтобы ответ на последний вопрос в цепочке также оказался утвердительным.

Задание 4. Перечислите документы, которые турист должен получить на руки при покупке тура. Определите обязательные и дополнительные документы, выдаваемые туристам.

Задание 5. Турист, не удовлетворенный условиями путешествия по возвращении домой обратился с исковым заявлением в народный суд. Имеет

ли он на это право, ведь существуют промежуточные инстанции (Комитет по туризму администрации края, Комитет по защите прав потребителей)? Каков оптимальный порядок прохождения жалобы независимо от ее содержания?

Задание 6. Сформулируйте общую цель каждого из следующих видов турпродукта: - деловой; - инсентив; - паломнический; - социальный; - событийный.

Задание 7. На сайте одного из туроператоров выберите описания нескольких туров и изучив их, оцените, в какой степени эти турпродукты соответствует определению термина «турпродукт».

Задание 8. Анализ полного пакета фирменного стиля.

Провести анализ фирменного стиля ТМ (производителя продукта/поставщика услуг): логотип, фирменный знак, фирменные цвета, фирменный шрифт, визитная карточка, фирменный бланк, конверт, модульная реклама, вывески и т.п.

Аналитическая работа производится по критериям: особенности композиции, ритм, тип цветовой гармонии, эмоционально-смысловые ассоциации, цветосимволика, шрифт, способствуют ли элементы ФС отражению миссии компании. Выбрать компанию для выполнения задания в определенной категории.

Задание 9. Восприятие и ассоциации абстрактного изображения.

Внимательно рассмотрите полученное изображение. Опишите, какие эмоции, ассоциации вызывает данное изображение. Какое настроение способно вызвать это изображение, и что именно в изображении в большей степени оказывает на это влияние.

Опишите цветовую гамму и основные элементы изображения. Влияет ли формат (если расположить горизонтально/вертикально) на восприятие изображения?

Как повлияет на восприятие изменение тональности этого изображения: если осветлить изображение, если затемнить изображение? Для какой категории продукта/услуги подходит данная композиция, и почему?

Задание 10. Клиент интересуется в какой форме производится оплата тура, какими частями и т.д. фирму устраивают любые варианты. Приведите несколько вариантов, не используя «равнодушных» возражений.

Задание 11. Клиент спрашивает, может ли он вылететь рейсом 15 июля, на который, как известно менеджеру, билетов нет. Подберите несколько вариантов ответа, не употребляя слова «нет».

Задание 12. Чтобы успеть открыть визу, клиент должен принести все необходимые документы не позднее завтрашнего дня. Подберите несколько

вариантов, как сказать ему об этом, не употребляя слов «должен», «обязан» и т.д.

Задание 13. Основной задачей продавца при управлении возражениями является полное снятие возражения клиента с одновременным сохранением его позитивного отношения, конструктивного контакта и соответствующей атмосферы переговоров, установленных ранее. Для успешного выполнения этой задачи продавцу необходимо применять систему обработки возражений, неотъемлемой частью которой являются основные правила работы с возражениями. Перечислите эти правила.

Задание 14. Заполните таблицу. За возражениями клиентов стоят несогласия или сопротивления. Под термином сопротивление понимается активность клиента, направленная на противодействие предложениям продавца. Наиболее распространенные сопротивления условно можно разделить на семь групп.

Тип сопротивления	Характеристика
Сопротивление контакту	
Сопротивление насыщению	
Сопротивление нововведениям	
Сопротивление предложению	
Сопротивление, вызванное негативным опытом	
Финансовое сопротивление	
Сопротивление принятию решения	

Задание 15. Определите экономический эффект (ЭР) и рентабельность (Р) рекламных мероприятий турагента, если среднедневной объем сбыта в дорекламный период составил 20 тыс. руб., а после 22 тыс. руб. Наблюдение проводилось в течение 10 дней, сумма расходов на рекламу составила 2 тыс. руб. Агентское вознаграждение составляет 15%.

Задание 16. Рассчитать стоимость обслуживания по индивидуальному туру “Москва–Мальта–Москва”, реализуемому Владивостокским турагентом от имени туроператора. Стоимость путевки по договору составляет \$ 986, агентское вознаграждение – 15%. Турагент кроме реализации тура предлагает собственные услуги: размещение и трансфер в Москве – 2 дня, размещение, стоимость обслуживания в день составляет 250 руб., трансфер на собственном автобусе туроператора – 6 часов, стоимость обслуживания в час составляет 285 руб., прибытие в аэропорт Шереметьево, оплата

турагентом по факту. Предусмотреть и расшифровать дополнительные услуги по реализации тура.

Задание 17. Зайдите на сайт туроператоров: AnexTour, CoralTravel, PegasTouristic, TezTour. Подберите тур для двух взрослых и одного ребенка в Грецию в июле месяце на 10н./11 дн., питание – АL, проживание в гостинице 4* на первой береговой линии. Рассмотрите несколько вариантов, сравните цены у туроператоров. Результаты оформите в таблице.

Туроператор	Название гостиницы	Стоимость тура

Задание 18. Найдите туроператоров, занимающихся экзотическими турами, затем зайдите на сайт Ростуризм, уточните, какие туроператоры занесены в реестр. У туроператоров, имеющих финансовое обеспечение по международному туризму, найдите экскурсионные туры в Индию. Сравните туры по наличию услуг, включенных в тур и цены. Результаты оформите в таблице.

Туроператор	Название гостиницы	Стоимость тура	Услуги, включенные в тур

Задание 19. Уточните стоимость визы и перечень документов (необходимых для получения визы) в Индию у рассмотренных выше туроператоров. Результаты оформите в таблице.

Туроператор	Стоимость визы	Список документов

3.2.3 Типовые задания для оценки освоения МДК 02.03 Организация туристской индустрии

3.2.3.1 Теоретическая часть вопросы к экзамену

1. Характеристика сущности туризма.
2. Статистическое определение туризма.
3. Туризм как социально-экономическая система.
4. Факторы, влияющие на развитие туризма.

5. Классификация туризма.
6. Функции туризма.
7. Органы управления туризмом.
8. Стандартизация в туризме.
9. Сертификация туристских услуг.
10. Определение миссии и целей деятельности предприятия.
11. Обоснование производственной и организационной структур управления предприятием.
12. Подготовка к регистрации предприятия.
13. Государственная регистрация туристического предприятия.
14. Организационное оформление туристского предприятия.
15. Оформление и оснащение офиса туристического предприятия.
16. Подбор и обучение персонала туристического предприятия.
17. Реорганизация и прекращение деятельности туристского предприятия.
18. Услуги средств размещения- системообразующий элемент туристского продукта.
19. Типология гостиниц.
20. Классификация гостиниц.
21. Организация обслуживания туристов в гостинице.
22. Услуги питания в туризме.
23. Сущность и виды туристских формальностей.
24. Паспортно-визовые формальности.
25. Таможенные формальности.
26. Медико- санитарные формальности.
27. Страхование в туризме.

3.2.3.2 Задания

Задание 1. Проанализируйте определение туризма, данное Конгрессом США: «Туризм – это взаимосвязанное объединение видов деятельности и организаций, которые полностью или частично предоставляют услуги транспорта, товары, размещение и другие необходимые средства для поездок с любой целью, не связанной с повседневной деятельностью, за пределами места постоянного проживания». Кто является субъектом туристской деятельности, согласно данному определению:

- туристы;
- представители туристкой индустрии.

Задание 2. Проанализируйте данные определения понятия «индустрия туризма». Дайте свое определение, обоснуйте его.

- Индустрия туризма – это специфическая отрасль национальной экономики, которая представляет совокупность организаций и предприятий национальной экономики, единой функциональной задачей которых является деятельность, направленная на удовлетворение разнообразных и постоянно растущих потребностей людей в различных видах отдыха, связанных с временным пребыванием вне обычной среды проживания.

- Туристская индустрия – отрасль экономики непроеизводственной сферы, совокупность предприятий, учреждений и организаций, которые удовлетворяют потребности туристов в материальных и нематериальных услугах, обеспечивают производство и потребление туристского продукта.

- Туристская индустрия – это диверсифицированный межотраслевой комплекс, состоящий из гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов развлечения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность и других объектов, связанных с удовлетворением туристских потребностей.

- Туристская индустрия – это взаимоувязанная система предприятий и предпринимателей, предоставляющих туристам все необходимые для потребления в процессе туризма туристские услуги, работы и товары.

Задание 3. Дайте анализ определения туристской индустрии, представленного в последней редакции Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В чем его функциональное назначение? В чем его плюсы и минусы?

«Туристская индустрия – совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников».

Задание 4. Одни авторы полагают, что услуги туроператоров и турагентов не включаются в индустрию туризма, тогда как другие ставят их на первое место. Каково ваше мнение? Приведите аргументы в пользу своей точки зрения. Связано ли с решением данного вопроса мнение о том, что туристская индустрия является отдельной отраслью экономики?

Задание 5. Проанализируйте компоненты структуры туристской индустрии:

- организаторы туризма – туристские предприятия по разработке, продвижению и реализации туристского продукта (туроператоры и турагенты);

- предприятия, предоставляющие услуги по размещению (гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, дома отдыха и т.д.);

- предприятия питания (рестораны, кафе, бары и др.);

- транспортные предприятия (авто- и авиационные предприятия, железнодорожные ведомства, предприятия морского и речного транспорта и др.);

- экскурсионное бюро;

- производственные туристские предприятия (производство туристских сувениров, гостиничной мебели, туристского снаряжения);

- предприятия торговли (магазины по реализации туристского снаряжения и сувениров);
- предприятия сферы досуга и развлечений (тематические парки, киноконцертные залы, клубы по интересам, залы игровых автоматов и др.);
- учреждения самодеятельного туризма (туристские, альпинистские, велосипедные клубы);
- органы управления туризмом (государственные учреждения, общественные туристские организации);
- учебные, научные и проектные учреждения.

Задание 6. Чем, на ваш взгляд, различаются типичные и нетипичные услуги индустрии туризма? Определите, какие из перечисленных ниже услуг относятся к группе типичных, а какие – к группе нетипичных услуг:

- гостиницы;
- транспортные предприятия;
- экскурсионные бюро;
- учебные заведения туристского профиля;
- информационные и рекламные службы;
- научно-исследовательские и проектные организации туристского профиля;
- туроператорские и турагентские фирмы;
- предприятия питания;
- производственные туристские предприятия;
- предприятия торговли;
- предприятия сферы досуга и развлечения;
- учреждения самодеятельного туризма;
- органы управления туризмом;
- учебные учреждения, готовящие специалистов для сферы туризма;
- индустрия сопутствующих услуг, предприятия, предоставляющие туристам сопутствующие

Задание 7. Назовите отличие организаций непосредственного обслуживания от организаций косвенного обслуживания. Определите, какие из перечисленных ниже услуг относятся к первой группе, а какие – ко второй:

- поставщики туристских услуг (туроператоры и турагентства);
- информационные туристские организации;
- транспортные компании-перевозчики;
- предприятия по производству продуктов, мебели, одежды и т.д.;
- спортивно-оздоровительные предприятия;
- организации по оказанию дополнительных услуг туристам (гиды, автопрокатные фирмы, музейно-экскурсионный бизнес и другие предприятия);
- рекламные организации;
- страховые компании, предприятия размещения;
- городские транспортные предприятия;
- предприятия питания;

- банки и прочие финансовые организации;
- лечебные заведения;
- учебные заведения.

Задание 8. Выберите любое конкретное предприятие индустрии туризма, соберите информацию о нем. Заполните следующую таблицу.

Предприятие индустрии туризма	Название предприятия индустрии туризма	Краткая характеристика предприятия туризма	Услуги, предоставляемые предприятием индустрии туризма
Туристская фирма			
Транспортное предприятие			
Гостиница			
Предприятие питания			
Казино			

Задание 9. Выберите любую страну (город) и соберите информацию о предприятиях индустрии туризма в ней. На основании собранной информации заполните таблицу.

Туристские фирмы	Транспортные предприятия	Гостиницы и гостиничные сети	Предприятия питания	Казино

Задание 10. Может ли турист просить о внесении изменений в стандартный договор, предлагаемый туристской фирмой?

Определите возможные направления поиска правильного ответа.

Шаг 1. Познакомьтесь с правами туриста.

Шаг 2. Представьте себя туристом, оформляющим индивидуальный тур.

Шаг 3. А теперь представьте себя менеджером туристской фирмы, к которому пришел клиент, желающий совершить поездку по программе стандартного тура, но со своей семьей, а не с группой туристов.

Шаг 4. Рассмотрите проблему с точки зрения удовлетворения интересов обоих участников туристского рынка (клиента и туристской фирмы).

Прав ли турист, требующий, чтобы его договор с турагентством был подписан директором или менеджером, но по доверенности. Рядовой сотрудник туристской фирмы, от лица которой заключается договор, не имеет доверенности и утверждает: «У нас менеджеры подписывают все договоры».

Задание 11. Иногда коммерческие фирмы приобретают туристские путевки для своих сотрудников и оплачивают их со счета фирмы. Как называется такой договор? У кого возникают права и обязанности по такому договору?

Задание 12. Почему в тексте договора московской туристской фирмы «Кругозор», специализирующейся на организации автобусных туров по Европе, имеется пункт о загранпаспорте, согласно которому его срок действия должен заканчиваться не ранее шести месяцев со дня поездки?

Задание 13. Индивидуальный предприниматель планирует заниматься турагентской деятельностью. Имеет ли он право принимать на работу других граждан. Какие договоры гражданско-правового характера он может заключать с физическими лицами?

Задание 14. Определите какие из перечисленных документов могут составлять коммерческую тайну предприятия:

- 1) учредительные документы и устав;
- 2) документы, дающие право заниматься предпринимательской деятельностью; сведения по установленным формам отчетности о финансово-хозяйственной деятельности;
- 3) иные сведения, необходимые для проверки правильности исчисления и уплаты налогов и других обязательных платежей в государственную бюджетную систему Российской Федерации;
- 4) документы о платежеспособности;
- 5) сведения о численности, составе работающих, их заработной плате и условиях труда;
- 6) сведения о наличии свободных рабочих мест;
- 7) документы об уплате налогов и обязательных платежах;
- 8) сведения о загрязнении окружающей среды;
- 9) сведения о нарушении антимонопольного законодательства;
- 10) сведения о несоблюдении безопасных условий труда и размерах причиненного при этом ущерба;
- 11) сведения о реализации продукции, причиняющей вред здоровью населения;
- 12) сведения об участии должностных лиц предприятия в кооперативах, малых предприятиях, товариществах и других организациях, занимающихся предпринимательской деятельностью?

Задание 15. В газете «Из рук в руки» помещено объявление следующего содержания: «Даю работу по реализации туристских путевок. Режим работы свободный. Размер заработка от 13000 руб. в месяц до 1000 \$ US в неделю — зависит от инициативы с вашей стороны. Для получения подробной инструкции вышлите 350 руб. по адресу: Владивосток-91, а/я 198». Относится ли данное предложение к трудоустройству лица, принявшего его? Обоснуйте свой ответ ссылками на соответствующие законодательные акты.

Задание 16. Клиент, оформляя индивидуальный тур в Таиланд, узнает, что в новом году он первый на данном направлении, и в шутку заявляет, что туристская фирма в связи с этим должна предоставить ему скидку. Но скидки по этому туру не предусмотрены. Как следует поступить менеджеру в данном случае? Может ли туристская фирма предоставить клиенту скидку? Если да, то за счет каких сумм? Если нет, то почему, ведь имидж фирмы стоит дорого? При поиске решения необходимо ответить на вопросы: в каком качестве предстает фирма в данном случае; как турагент или туроператор; насколько важен для фирмы данный клиент; как следует поступить, если фирма не может снизить цену тура; может быть, на шуточный вопрос клиента дать такой же шуточный ответ?

Задание 17. Соберите информацию о туроператорах Ставропольского края, работающих по направлению «въездной туризм». Оформите информацию в виде таблицы.

Название туроператора	Краткая характеристика туроператора	Характеристика предложений для иностранных туристов	Описание сайта в интернете

Задание 18. Используя путеводители, периодические издания по туризму, интернет, подберите информацию о туроператорах, работающих по наиболее популярным среди туристов направлениям (по выбору): Турция, Египет, Тунис, Хорватия, Испания, Греция, Болгария, Италия, Таиланд, Китай. Оформите таблицу.

Название туроператора	Краткая характеристика туроператора	Характеристика предложений по направлению	Предполагаемый потребитель	Описание сайта в интернете

Задание 19. Соберите информацию о туроператорах края, работающих по направлению «внутренний туризм». Оформите информацию в виде таблицы.

Название туроператора	Краткая характеристика туроператора	Характеристика предложений для иностранных туристов	Описание сайта в интернете

Задание 21. Туроператор, отправляющий туриста на о. Крит, оформляет групповую визу на его семью и на две других, которых турист не знает. Оригинал групповой визы работники туристской фирмы хотят отдать

этим двум семьям (а туристу ксерокопию), с тем, чтобы семья туриста встретила с ними в аэропорту Шереметьево. Представитель туроператора туда ехать не собирается, мол, сами там друг друга найдете. На вопрос, а если держатели оригинала не появятся, туристу отвечают: «Не волнуйтесь, они ведь такие деньги заплатили». Семьи едут в разные города, а в договоре написано, что в случае неявки заказчика его деньги пропадают. На пожелание туриста не зависеть от сбора группы ему заявили, что в Шереметьево достаточно ксерокопии, а сама виза понадобится при таможенном контроле на Крите. Так ли это? Должен ли турист требовать обязательного присутствия представителя туроператора с оригиналом групповой визы или надеяться на боязнь двух семей потерять свои деньги?

Задание 22. Во время летних каникул студентка Лена решила отдохнуть в Южной Корее. Для этого она оформила туристскую визу сроком на три месяца. Вскоре после приезда в Корею она познакомилась с менеджером крупной компании, который предложил, ей полгода поработать в ресторане официанткой. Девушка согласилась, тем более что кореец пообещал решить все проблемы, связанные с продлением визы. Время шло, Лена работала, менеджер регулярно привозил ей заработную плату, а на вопрос девушки, когда он возьмет у нее паспорт и продлит визу, работодатель отвечал, что еще успеет.

Пробыв в Корее пять месяцев, Лена решила вернуться в Россию, о чем сообщила менеджеру. После этого связь с ним оборвалась. Таким образом, девушка пробыла в Корее два месяца нелегально. Документов, подтверждающих ее работу в ресторане, нет. Что делать Лене? Каким образом она сможет вернуться в Россию? Несет ли ответственность туристская фирма за невозвращение туристки в период действия визы?

Задание 23. Учитываются ли несовершеннолетние дети в норме вывоза из Российской Федерации наличной иностранной валюты?

Возможные направления поиска правильного ответа:

Шаг 1. Познакомьтесь с правилами перемещения физическими лицами наличной иностранной валюты через границу Российской Федерации.

Шаг 2. Рассмотрите возможные варианты пересечения несовершеннолетними детьми границы Российской Федерации (самостоятельно, с родителями, с сопровождающими лицами).

Шаг 3. Назовите и объясните особенности перемещения валюты несовершеннолетними детьми при всех вариантах пересечения границы Российской Федерации.

Задание 24. Проанализируйте публикации в периодических туристских изданиях и составьте сезонный рейтинг российских и зарубежных объектов туристской инфраструктуры.

Возможные направления поиска правильного ответа:

Шаг 1. Составьте библиографический список изданий туристской направленности. Постарайтесь, чтобы их число превысило 10.

Шаг 2. Разработайте методику анализа и представления результатов вашего микроисследования.

Шаг 3. Сделайте выводы о целесообразности зимнего и летнего отдыха на конкретных объектах туристской инфраструктуры. Для этого представьте себя туристом, а затем менеджером туристской фирмы. Сравните результаты.

Задание 25. Проанализируйте приведенные ниже определения понятия «туристский продукт». Какое из них наиболее приемлемо:

- совокупность вещественных (предметы потребления) и невещественных (услуги) потребительских стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей туристов, возникающих во время путешествия;

- продукт или услуга, которые удовлетворяют потребности людей, возникающие во время путешествия;

- комплекс товаров и услуг, которые предлагает та или иная туристская фирма для удовлетворения потребностей туристов.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Список основной литературы

1. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности: учебник / С.А. Быстров. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 375 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014917-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209851>
2. Орловская, В. П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В.П. Орловская ; под ред. Е.И. Богданова. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 176 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016968-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1418249>

Список дополнительной литературы

1. Агешкина, Н. А. Основы турагентской и туроператорской деятельности: учебное пособие / Н.А. Агешкина. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 567 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1072191. - ISBN 978-5-16-015973-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1072191>

Интернет-ресурсы

1. СПС <http://www.consultant.ru>
2. ЭБС <https://znanium.com>
3. ЭБС <https://book.ru>