

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Куижева Саида Казбековна  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.04.2022 12:16:17  
Уникальный программный ключ:  
71183e1134ef9cfa69b206d480271b3c1a975e6f

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Майкопский государственный технологический университет»**

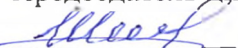
**Политехнический колледж  
предметная (цикловая) комиссия экономики и управления, сервиса и туризма**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Зам. директора  
по учебно-методической работе  
Ф.А. Топольян  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.



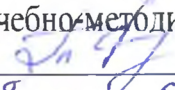
**Фонд оценочных средств  
измерения уровня освоения студентами  
дисциплины ПМ 01 Предоставление турагентских услуг  
специальности 43.02.10 Туризм**

Одобрено предметной (цикловой комиссией) экономики и управления, сервиса и туризма

Председатель цикловой комиссии  
 С.К.Шишхова

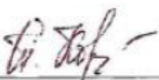
Протокол № 10 от 15.06 2020 г.

Составлено на основе ФГОС СПО и учебного плана МГТУ по специальности 43.02.10 Туризм

Зам. директора  
по учебно-методической работе  
 Ф.А. Топольян  
« 28 » 08 2020 г.

Разработчики:

Ковальшина С.П.

  
(подпись)

преподаватель высшей категории  
политехнического колледжа МГТУ

## 1. Паспорт фонда оценочных средств

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу профессионального модуля ПМ.01 Предоставление турагентских услуг.

Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме устного опроса, вопросов для контрольных работ, тестирования, а также оценочные средства для проведения контрольного среза знаний за текущий период обучения, оценочные средства для проверки остаточных знаний за предыдущий период обучения и **промежуточной аттестации** в форме экзамена по междисциплинарным курсам, в форме дифференцированного зачета по учебным и производственным практикам и в форме экзамена квалификационного по профессиональному модулю.

### 1.1 Перечень формируемых компетенций

Изучение модуля ПМ 01 Предоставление турагентских услуг направлено на формирование следующих компетенций:

| Код компетенции | Содержание компетенции   | Компонентный состав компетенций (номера из перечня) |        |                          |
|-----------------|--|---|--------|--------------------------|
|                 |  | Знает:  | Умеет: | Имеет практический опыт: |
| ОК 1.           | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней интерес.  | 1, 2, 3   |        |                          |
| ОК 2.           | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество  | 2, 3, 4, 5  | 1, 2   | 1, 3                     |
| ОК 3.           | Принимать решения в стандартных и не стандартных ситуациях и нести за них ответственность.   | 2, 4, 5, 6, 7                                       | 1,2    | 1, 3                     |
| ОК 4.           | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития. | 1, 2, 3   | 2      | 1                        |
| ОК 5.           | Использовать информационно-коммуникационные технологии профессиональной деятельности.  | 2, 3, 4, 5, 6                                       | 1      | 1, 3                     |
| ОК 6.           | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями  | 1, 3, 4   | 1,2    | 1                        |

|         |   |                  |                        |         |
|---------|---|------------------|------------------------|---------|
| ОК 7.   | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.   | 1, 2, 5          | 1,2                    | 1, 3    |
| ОК 8.   | Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | 2, 3, 4, 5, 6    | 9                      | 1, 3    |
| ОК 9    | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.   | 2, 3, 5          | 1, 2,3,4,              | 1, 3    |
| ПК 1.1. | Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.   | 2, 3, 4, 5, 6, 7 | 1, 2,10,18             | 1, 2, 3 |
| ПК 1.2. | Информировать потребителя о туристских продуктах  | 1, 2, 4, 5, 6, 7 | 1, 2,10,18             | 1, 2, 3 |
| ПК 1.3. | Воздействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.  | 1, 2, 5,8,9      | 1, 2,5,6,11            | 1, 2, 3 |
| ПК 1.4. | Расчислять стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.  | 10,16            | 14,15,16,17.18 , 19,20 | 4,5,6   |
| ПК 1.5. | Оформлять турпакет(турпутевки, ваучеры, страховые полисы)   | 11,12,13,16      | 14,15,16,17.18 , 19,20 | 4,5,6   |
| ПК 1.6. | Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю  | 15               | 14,15,16,17.18 , 19,20 | 4,5,6   |
| ПК 1.7. | Оформлять документы строгой отчетности  | 11,12,13,16      | 14,15,16,17.18 , 19,20 | 4,5,6   |

### **Перечень требуемого компонентного состава компетенций**

В результате освоения дисциплины студенты должны:

**иметь практический опыт:**

- 1- выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- 2 - проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;
- 3 - взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
- 4 - оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;
- 5 - оказания визовой поддержки потребителю;
- 6 - оформления документации строгой отчетности;

**знать:**

- 1 - структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя;
- 2 - требования российского законодательства у информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора;
- 3 - различные виды информационных ресурсов на русском и иностранных языках, правила и возможности их использования;
- 4 - методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранных языках;

- 5 - технологии использования базы данных;
- 6 - статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;
- 7 - особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;
- 8 - основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;
- 9 - виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;
- 10 - характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;
- 11 - правила оформления деловой документации;
- 12 - правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;
- 13 - перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;
- 14 - перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации;
- 15 - требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;
- 16 - информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию.

**уметь:**

- 1 - определять и анализировать потребности заказчика;
- 2 - выбирать оптимальный туристский продукт;
- 3 - осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);
- 4 - владеть технологией ведения телефонных переговоров;
- 5 - составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам;
- 6 - проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;
- 7 - взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;
- 8 - осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;
- 9 - принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;
- 10 - обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;
- 11 - разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;
- 12 - представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;
- 13 - оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;
- 14 - оформлять документацию заказчика на расчет тура, на реализацию турпродукта;
- 15 - составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);
- 16 - приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;
- 17 - принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;
- 18 - предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;

- 19 - консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;
- 20 - доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран.

### Этапы формирования компетенций

| № раздела  | Раздел/тема дисциплины   | Виды работ                                    |               | Код компетенции       | Конкретизация компетенций (знания, умения, практический опыт)       |
|--|--|---|---------------|-----------------------|---|
|  |  | Аудиторная                                    | СРС           |                       |   |
| <b>МДК 01.01 Технология продаж и продвижение турпродукта</b> |  |   |               |                       |   |
|  | <b>1 Турпродукт как основной потребительский товар в туристских продажах</b>                   |   |               |                       |   |
| 1.1  | Понятие и виды турпродукта. Понятие продаж и их виды в туризме.                                | устный опрос                                  |               | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Иметь практический опыт: ПО1, ПО6                  |
| 1.2  | Агентский договор между туроператором и турагентом.  | устный опрос, выполнение практической работы, | план-конспект | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
|  | <b>Тема 2 . Организация отдела продаж и отдела рекламы и продвижения турпродукта в турфирм</b> |   |               |                       |   |
| 2.1  | Функциональное назначение и структура отдела продаж (реализации турпродукта) турфирмы.         | устный опрос,                                 |               | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
| 2.2  | Функциональное назначение и структура отдела рекламы и продвижения турпродукта турфирмы        | устный опрос, выполнение практической работы  | план-конспект | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
|  | <b>Тема 3. Методические аспекты технологии продаж турпродукта</b>                              |   |               |                       |   |
| 3.1  | Алгоритм процесса продажи турпродукта в офисе турфирмы.  | устный опрос,                                 |               | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6  |
| 3.2  | Техники продаж в туризме и психологические приемы  | устный опрос,                                 | план-         | ОК1-09;<br>ПК 1.1-    | Знать: 31-316<br>Уметь: У1-У20                                      |

|     |   |  |  |                    |   |
|-----|---|--|--|--------------------|---|
|     | воздействия на потенциальных клиентов (туристов)  |  | конспект   | 1.7                | Иметь практический опыт: ПО1-ПО6                                    |
| 3.3 | Неценовые инструменты стимулирования продаж и способы повышения доверия клиента к турпродукту                   | устный опрос, выполнение практической работы   | работа с лекционными материалами, изучение рекомендательной литературы | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1- У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
|     | <b>Тема 4 Информационное обеспечение и пакет документов, оформляемый турфирмой в процессе туристских продаж</b> |  |  |                    |   |
| 4.1 | Информационное обеспечение клиента как основа содействия правильного потребительского выбора                    | , устный опрос, выполнение практической работы | изучение нормативно-правовой базы                                      | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
| 4.2 | Договор о реализации туристского продукта и его структура   | устный опрос                                   | изучение нормативно-правовой базы                                      | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6  |
| 4.3 | Пакет документов, выдаваемый туристу менеджером по продажам   | устный опрос, выполнение практической работы   | план-конспект  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1- У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
|     | <b>Тема 5 Дистанционные подходы к организации туристских продаж</b>   |  |  |                    |   |
| 5.1 | Правила и особенности ведения телефонных контактов с клиентом как способ стимулирования продаж турфирмы         | устный опрос                                   |  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1- У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
| 5.2 | Технология организации интернет-продаж турпродукта.   | устный опрос, выполнение практической работы   | план-конспект  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Иметь практический опыт: ПО1, ПО6                  |
| 5.3 | Мобильные технологии стимулирования и осуществления интернет-продаж турпродукта                                 | устный опрос                                   | работа с лекционными материалами                                       | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический               |

|     |  |  |  |                       |   |
|-----|--|--|--|-----------------------|---|
|     |  |  | м,<br>изучение<br>рекомендо<br>ванной<br>литератур<br>ы  |                       | опыт: ПО1-ПО6   |
|     | <b>Тема 6 Программы лояльности и скидочно-акционная деятельность и их роль в стимулировании продаж турфирм</b> |  |  |                       |   |
| 6.1 | Программы лояльности турфирм и их виды   | устный опрос   |  | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь<br>практический<br>опыт: ПО1-ПО6 |
| 6.2 | Ценовые скидки и акционные программы турфирм   | устный опрос,<br>выполнение<br>практическо<br>й работы | план-<br>конспект  | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь<br>практический<br>опыт: ПО1-ПО6 |
|     | <b>Тема 7 Технологии продвижения турпродукта</b>   |  |  |                       |   |
| 7.1 | Реклама как инструмент продвижения туристского продукта.   | устный опрос,<br>выполнение<br>практическо<br>й работы | работа с<br>лекционны<br>м<br>материало<br>м,<br>изучение<br>рекомендо<br>ванной<br>литератур<br>ы | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1-У20<br>Иметь<br>практический<br>опыт: ПО1-ПО6  |
| 7.2 | Туристские выставки и их роль в продвижении турпродукта  | устный опрос   |  | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1-У20<br>Иметь<br>практический<br>опыт: ПО1-ПО6  |
| 7.3 | Государственные меры поддержки по продвижению национального туристского продукта                               | устный опрос   | план-<br>конспект  | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1- У20<br>Иметь<br>практический<br>опыт: ПО1-ПО6 |
|     | <b>МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности</b>  |  |  |                       |   |
|     | <b>Тема 1.<br/>Правовое регулирование туристской деятельности</b>  |  |  |                       |   |



|     |   |  |   |                       |   |
|-----|---|--|---|-----------------------|---|
| 1.1 | Общая характеристика правового регулирования туристской деятельности. Договоры в сфере туристской деятельности. | устный опрос                                 | план-конспект   | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6  |
| 1.2 | Государственное регулирование туристской деятельности.  | устный опрос, выполнение практической работы | изучение нормативно-правовой базы                                     | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1- У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
|     | <b>Тема 2.<br/>Теория турагентской деятельности.</b>  |  |   |                       |   |
| 2.1 | Турагент как субъект туристического рынка.  | устный опрос                                 | работа с лекционными материалами, изучение рекомендованной литературы | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1- У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
| 2.2 | Особенности реализации туристского продукта турагентом. Классификация и виды турагентств.                       | устный опрос, выполнение практической работы | план-конспект   | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Иметь практический опыт: ПО1, ПО6                  |
| 2.3 | Ответственность в туристической деятельности. Основные различия между туроператором и турагентом                | устный опрос, выполнение практической работы |   | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
|     | <b>Тема 3.<br/>Организация работы туроператора с турагентом</b>   |  |   |                       |   |
| 3.1 | Организация сбытовой сети туроператоров.  | устный опрос                                 | план-конспект   | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
| 3.2 | Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг.  | устный опрос, выполнение практической работы | план-конспект   | ОК1-09;<br>ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
|     | <b>Тема 4.<br/>Организация работы турагента с клиентом</b>  |  |   |                       |   |

|     |  |  |   |                    |   |
|-----|--|--|---|--------------------|---|
| 4.1 | Правила оказания услуг по реализации туристского продукта и защита прав туристов.  | устный опрос                                 | работа с лекционными материалами, изучение рекомендованной литературы | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6  |
| 4.2 | Организация офиса турфирмы турагента. Личные продажи турпродукта и их особенности.   | устный опрос                                 | план-конспект   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6  |
| 4.3 | Продажи по телефону и их особенности. Особенности работы с клиентами разных психологических типов. Формирование лояльности клиентов турагентства | устный опрос, выполнение практической работы |   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1- У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
| 4.4 | Документационное оформление взаимоотношений между турагентством и клиентами  | устный опрос, выполнение практической работы |   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
|     | <b>Тема 5.<br/>Международное регулирование туризма</b>   |  |   |                    |   |
| 5.1 | Паспортные формальности.   | устный опрос                                 |   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6  |
| 5.2 | Визовые формальности. Причины отказа в оформлении визы.  | устный опрос                                 | работа с лекционными материалами, изучение рекомендованной литературы | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1- У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
| 5.3 | Шенгенское соглашение. Условия получения шенгенской визы. Виды шенгенских виз.   | устный опрос                                 | план-конспект   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1- У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |

|     |  |  |   |                    |   |
|-----|--|--|---|--------------------|---|
| 5.4 | Страны, въезд в которые разрешен без наличия загранпаспорта.                       | устный опрос                                 | работа с лекционными материалами, изучение рекомендованной литературы | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Иметь практический опыт: ПО1, ПО6                  |
| 5.5 | Страны, въезд в которые разрешен по загранпаспорту                                 | устный опрос, выполнение практической работы | план-конспект   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
| 5.6 | Страны, для въезда в которые виза ставится на границе. Визовые страны для россиян. | план-конспект                                | план-конспект   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
|     | <b>Тема 6.<br/>Бронирование турпутевок через Интернет</b>                          |  |   |                    |   |
| 6.1 | Бронирование турагентом туров через Интернет.                                      | устный опрос                                 |   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1,-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |
| 6.2 | Компьютерные системы бронирования туров.   | устный опрос, выполнение практической работы | план-конспект   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6  |
| 6.3 | Российские компьютерные системы бронирования. Штрафы за отказ от тура              | устный опрос                                 | план-конспект   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1-У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6  |
| 6.4 | Технология и организация турагентской деятельности.                                | устный опрос                                 | план-конспект   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Знать: 31-316<br>Уметь: У1- У20<br>Иметь практический опыт: ПО1-ПО6 |

## 2. Показатели, критерии оценки компетенций

### 2.1 Структура фонда оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

| № п/п  | Контролируемые разделы/темы дисциплины  | Код контролируемой компетенции | Наименование оценочного средства               |                          |
|--|---|--------------------------------|--|--------------------------|
|  |   |                                | Текущий контроль                               | Промежуточная аттестация |
| <b>МДК 01.01 Технология продаж и продвижение турпродукта</b> |   |                                |  |                          |
|  | <b>1 Турпродукт как основной потребительский товар в туристских продажах</b>                                    |                                |  |                          |
| 1.1  | Понятие и виды турпродукта. Понятие продаж и их виды в туризме.   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7             | Вопросы для текущего контроля                  | Вопросы для экзамена     |
| 1.2  | Агентский договор между туроператором и турагентом.   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7             | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена     |
|  | <b>Тема 2 . Организация отдела продаж и отдела рекламы и продвижения турпродукта в турфирм</b>                  |                                |  |                          |
| 2.1  | Функциональное назначение и структура отдела продаж (реализации турпродукта) турфирмы.                          | ОК1-09; ПК 1.1-1.7             | Вопросы для текущего контроля                  | Вопросы для экзамена     |
| 2.2  | Функциональное назначение и структура отдела рекламы и продвижения турпродукта турфирмы                         | ОК1-09; ПК 1.1-1.7             | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена     |
|  | <b>Тема 3. Методические аспекты технологии продаж турпродукта</b>   |                                |  |                          |
| 3.1  | Алгоритм процесса продажи турпродукта в офисе турфирмы.   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7             | Вопросы для текущего контроля                  | Вопросы для экзамена     |
| 3.2  | Техники продаж в туризме и психологические приемы воздействия на потенциальных клиентов (туристов)              | ОК1-09; ПК 1.1-1.7             | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена     |
| 3.3  | Неценовые инструменты стимулирования продаж и способы повышения доверия клиента к турпродукту                   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7             | Вопросы для текущего контроля                  | Вопросы для экзамена     |
|  | <b>Тема 4 Информационное обеспечение и пакет документов, оформляемый турфирмой в процессе туристских продаж</b> |                                |  |                          |
| 4.1  | Информационное обеспечение клиента как  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7             | Вопросы для текущего контроля                  | Вопросы для              |

|   |  |                    |   |                      |
|---|--|--------------------|---|----------------------|
|   | основа содействия правильного потребительского выбора  |                    |   | экзамена             |
| 4.2   | Договор о реализации туристского продукта и его структура  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>План-конспект              | Вопросы для экзамена |
| 4.3   | Пакет документов, выдаваемый туристу менеджером по продажам  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект              | Вопросы для экзамена |
|   | <b>Тема 5 Дистанционные подходы к организации туристских продаж</b>  |                    |   |                      |
| 5.1   | Правила и особенности ведения телефонных контактов с клиентом как способ стимулирования продаж турфирмы        | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект              | Вопросы для экзамена |
| 5.2   | Технология организации интернет-продаж турпродукта.  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>Сообщение                  | Вопросы для экзамена |
| 5.3   | Мобильные технологии стимулирования и осуществления интернет-продаж турпродукта                                | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>Сообщение                  | Вопросы для экзамена |
|   | <b>Тема 6 Программы лояльности и скидочно-акционная деятельность и их роль в стимулировании продаж турфирм</b> |                    |   |                      |
| 6.1   | Программы лояльности турфирм и их виды   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля                               | Вопросы для экзамена |
| 6.2   | Ценовые скидки и акционные программы турфирм   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект              | Вопросы для экзамена |
|   | <b>Тема 7 Технологии продвижения турпродукта</b>   |                    |   |                      |
| 7.1   | Реклама как инструмент продвижения туристского продукта.   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля                               | Вопросы для экзамена |
| 7.2   | Туристские выставки и их роль в продвижении турпродукта  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля                               | Вопросы для экзамена |
| 7.3   | Государственные меры поддержки по продвижению национального туристского продукта                               | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>Сообщение<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
| <b>МДК 01.02 Технология и организация турагентской деятельности</b> |  |                    |   |                      |
|   | <b>Тема 1.</b>   |                    |   |                      |

|     |  |                    |  |                      |
|-----|--|--------------------|--|----------------------|
|     | <b>Правовое регулирование туристской деятельности</b>  |                    |  |                      |
| 1.1 | Общая характеристика правового регулирования туристской деятельности. Договоры в сфере туристской деятельности.                                  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
| 1.2 | Государственное регулирование туристской деятельности.   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>Сообщение     | Вопросы для экзамена |
|     | <b>Тема 2.<br/>Теория турагентской деятельности.</b>   |                    |  |                      |
| 2.1 | Турагент как субъект туристического рынка.   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля                  | Вопросы для экзамена |
| 2.2 | Особенности реализации туристского продукта турагентом. Классификация и виды турагентств.  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
| 2.3 | Ответственность в туристической деятельности. Основные различия между туроператором и турагентом   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>Сообщение     | Вопросы для экзамена |
|     | <b>Тема 3.<br/>Организация работы туроператора с турагентом</b>  |                    |  |                      |
| 3.1 | Организация сбытовой сети туроператоров.   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
| 3.2 | Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг.   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
|     | <b>Тема 4.<br/>Организация работы турагента с клиентом</b>   |                    |  |                      |
| 4.1 | Правила оказания услуг по реализации туристского продукта и защита прав туристов.  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля                  | Вопросы для экзамена |
| 4.2 | Организация офиса турфирмы турагента. Личные продажи турпродукта и их особенности.   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
| 4.3 | Продажи по телефону и их особенности. Особенности работы с клиентами разных психологических типов. Формирование лояльности клиентов турагентства | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
| 4.4 | Документационное оформление взаимоотношений между турагентством и клиентами  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля                  | Вопросы для экзамена |
|     | <b>Тема 5.<br/>Международное</b>   |                    |  |                      |

|     |  |                    |  |                      |
|-----|--|--------------------|--|----------------------|
|     | <b>регулирование туризма</b>   |                    |  |                      |
| 5.1 | Паспортные формальности.   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля                  | Вопросы для экзамена |
| 5.2 | Визовые формальности. Причины отказа в оформлении визы.                            | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля                  | Вопросы для экзамена |
| 5.3 | Шенгенское соглашение. Условия получения шенгенской визы. Виды шенгенских виз.     | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
| 5.4 | Страны, въезд в которые разрешен без наличия загранпаспорта.                       | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>Сообщение     | Вопросы для экзамена |
| 5.5 | Страны, въезд в которые разрешен по загранпаспорту                                 | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
| 5.6 | Страны, для въезда в которые виза ставится на границе. Визовые страны для россиян. | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
|     | <b>Тема 6.<br/>Бронирование турпутевок через Интернет</b>                          |                    |  |                      |
| 6.1 | Бронирование турагентом туров через Интернет.                                      | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля                  | Вопросы для экзамена |
| 6.2 | Компьютерные системы бронирования туров.   | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
| 6.3 | Российские компьютерные системы бронирования. Штрафы за отказ от тура              | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |
| 6.4 | Технология и организация турагентской деятельности.                                | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | Вопросы для текущего контроля<br>план-конспект | Вопросы для экзамена |

### Типовые критерии оценки сформированности компетенций

| Оценка                | Балл    | Обобщенная оценка компетенции  |
|-----------------------|---------|--|
| «Неудовлетворительно» | 2 балла | Обучающийся не овладел оцениваемой компетенцией, не раскрывает сущность поставленной проблемы. Не умеет применять теоретические знания в решении практической ситуации. Допускает ошибки в принимаемом решении, в работе с нормативными документами, неуверенно обосновывает полученные результаты. Материал излагается нелогично, бессистемно, недостаточно грамотно. |
| «Удовлетворительно»   | 3 балла | Обучающийся освоил 60-69% оцениваемой компетенции, показывает удовлетворительные знания основных вопросов программного материала, умения анализировать, делать выводы в условиях конкретной ситуационной задачи. Излагает решение проблемы недостаточно полно, непоследовательно,  |

|           |          |   |
|-----------|----------|---|
|           |          | допускает неточности. Затрудняется доказательно обосновывать свои суждения.   |
| «Хорошо»  | 4 балла  | Обучающийся освоил 70-80% оцениваемой компетенции, умеет применять теоретические знания и полученный практический опыт в решении практической ситуации. Умело работает с нормативными документами. Умеет аргументировать свои выводы и принимать самостоятельные решения, но допускает отдельные неточности, как по содержанию, так и по умениям, навыкам работы с нормативно-правовой документацией.   |
| «Отлично» | 5 баллов | Обучающийся освоил 90-100% оцениваемой компетенции, умеет связывать теорию с практикой, применять полученный практический опыт, анализировать, делать выводы, принимать самостоятельные решения в конкретной ситуации, высказывать и обосновывать свои суждения. Демонстрирует умение вести беседы, консультировать граждан, выходить из конфликтных ситуаций. Владеет навыками работы с нормативными документами. Владеет письменной и устной коммуникацией, логическим изложением ответа. |



- 1. Типовые контрольные задания или иные материалы необходимые для оценки знаний, умений навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.**

### **1.1 Вопросы для устного опроса**

#### **МДК 0101 Технология продаж и продвижение турпродукта (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

#### **Тема 1 Турпродукт как основной потребительский товар в туристских продажах**

##### **1.1 Понятие и виды турпродукта. Понятие продаж и их виды в туризме. (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Дайте определение понятию «турпродукт» на основе действующего российского законодательства.
2. Какие основные специфические особенности турпродукта, как объекта туристских продаж вы можете перечислить?
3. Какие основные критерии классификации и виды продаж в туризме вы можете назвать? Обоснуйте их содержательный аспект

##### **1.2. Агентский договор между туроператором и турагентом(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Что такое агентский договор между туроператором и турагентом?
2. Какую величину составляет среднерыночный размер комиссионного вознаграждения турагентству со стороны туроператора при туристских продажах его турпродукта?
3. Что такое договор коммерческой концессии в туризме и что необходимо предпринять для его заключения турагентству?
4. Какие экономические и иные выгоды влечет за собой сотрудничество турагентства с туроператором на основе договора франшизы?

#### **Тема 2 . Организация отдела продаж и отдела рекламы и продвижения турпродукта в турфирме**

##### **2. 1. Функциональное назначение и структура отдела продаж (реализации турпродукта) турфирмы. (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Какие функции выполняет отдел продаж турфирмы?
2. Какие основные профессиональные требования предъявляются к знаниям персонала, занимающегося продажами турпродукта?
3. Перечислите основные личностные характеристики менеджера по продажам турфирмы, которыми он должен обладать.

##### **2. 2. Функциональное назначение и структура отдела рекламы и продвижения турпродукта турфирмы(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. За что несет ответственность менеджер по продажам турфирмы?
2. Какие выделяют три классических подхода к организации в современных российских турфирмах отдела по рекламе и продвижению?
3. Перечислите основные функции, выполняемые отделом рекламы и продвижения турфирмы.
4. Какие требования к квалификации начальника отдела маркетинга и продаж турагентства прописывает приказ Минздравсоцразвития России от 12.03.2012 № 202н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов, служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей работников организаций сферы туризма»?»

#### **Тема 3. Методические аспекты технологии продаж турпродукта**

##### **3.1. Алгоритм процесса продажи турпродукта в офисе турфирмы(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Перечислите основные этапы алгоритма процесса продажи турпродукта клиенту менеджером по продаже в офисе турфирмы.
2. Что такое постпродажное обслуживание в деятельности турфирм и в чем оно проявляется?
3. Какие основные техники продаж турпродукта применяемые в турфирмах вы знаете, раскройте их содержательный аспект?

### **3.2. Техники продаж в туризме и психологические приемы воздействия на потенциальных клиентов (туристов) (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Какие приемы техники нейролингвистического программирования обычно используют менеджеры по продажам турфирм?
2. Что такое скрипты продаж и какие их виды разработаны в туристской среде?
3. Что такое неценовые инструменты туристских продаж и какие виды вы знаете?
4. Какие способы повышения доверия клиентов к турпродуктам и туристским услугам применяют менеджеры по продажам турфирм?

## **Тема 4 Информационное обеспечение и пакет документов, оформляемый турфирмой в процессе туристских продаж**

### **4.1. Информационное обеспечение клиента как основа содействия правильного потребительского выбора(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. С какой информацией относительно приобретаемого турпродукта клиента должен познакомить менеджер по продажам турфирмы?
2. Что такое «Уголок потребителя» в турфирме и в чем его предназначение?
3. Какие основные разделы включает в себя примерная форма договора о реализации турпродукта?

### **4.2. Договор о реализации туристского продукта и его структура(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Какие приложения к договору о реализации турпродукта вы можете назвать?
2. Что такое БСО и каких видов он может оформляться в турфирме при продаже турпродукта?
3. Что включает в себя пакет документов, выдаваемый туристу для совершения туристской поездки, и в какие сроки он должен выдаваться ему на руки?

### **4.3. Пакет документов, выдаваемый туристу менеджером по продажам(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Что такое электронная путевка и в чем ее основное предназначение?
2. Что включает в себя пакет документов, выдаваемый туристу для совершения туристской поездки, и в какие сроки он должен выдаваться ему на руки?
3. С какой информацией относительно приобретаемого турпродукта клиента должен познакомить менеджер по продажам турфирмы?

## **Тема 5 Дистанционные подходы к организации туристских продажам**

### **5.1. Правила и особенности ведения телефонных контактов с клиентом как способ стимулирования продаж турфирмы(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Какие основные правила общения менеджера по продажам по телефону вы можете назвать?
2. Перечислите основные шаги общения по телефону с клиентом менеджера по продажам туристской фирмы.
3. Что такое «холодные звонки» и какую роль они играют в системе продаж?

### **5. 2. Технология организации интернет-продаж турпродукта(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Что такое «холодные звонки» и какую роль они играют в системе продаж?
2. Каков порядок покупки туристом турпродукта онлайн через сайт туроператора?

### **5.3. Мобильные технологии стимулирования и осуществления интернет-продаж турпродукта(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Каков порядок покупки туристом турпродукта онлайн через сайт туроператора?

2. Что такое «туристские агрегаторы» и в чем их основное предназначение?
3. Какие существуют способы оплаты турпродукта приобретенного дистанционным онлайн способом?

## **Тема 6 Программы лояльности и скидочно-акционная деятельность и их роль в стимулировании продаж турфирм**

### **6.1. Программы лояльности турфирм и их виды(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Дайте определение термину «программа лояльности» в туризме.
2. Обоснуйте основное предназначение программ лояльности B2C.
3. Перечислите и раскройте содержание основных этапов жизненного цикла программы лояльности турфирмы.

### **6.2. Ценовые скидки и акционные программы турфирм(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Что такое туристская кобрендинговая карта и какое у нее предназначение?
2. Какие две модификации обычно имеют программы лояльности турфирм B2B?
3. Какие виды скидок существуют у турфирм в отношении реализуемой ими туристской продукции?
4. Какие акции организуют турфирмы для стимулирования продаж своей туристской продукции?

## **Тема 7 Технологии продвижения турпродукта**

### **7.1 Реклама как инструмент продвижения туристского продукта(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Какие турфирмы преимущественно используют телевизионную рекламы и в каком формате?
2. В чем преимущества и недостатки рекламы в СМИ для турфирм?
3. Какие туристские выставки вы знаете и в чем преимущества для турфирм, принимающих в них участие?

### **7.2. Туристские выставки и их роль в продвижении турпродукта(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Какие туристские выставки вы знаете и в чем преимущества для турфирм, принимающих в них участие?
2. Перечислите основные организационные этапы по участию турфирмы в туристских выставках.
3. Каким образом реализуется государственная рекламно-информационная кампании «Время отдыхать в России» и как она влияет на туристские продажи российских турфирм?

### **7.3. Государственные меры поддержки по продвижению национального туристского продукта(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Что такое «роуд-шоу» и в чем заключается важность участия в них фирм занимающихся туроператорской и турагентской деятельностью?
2. Какие основные задачи по продвижению национального турпродукта выполняют национальные туристские офисы?

#### **Вопросы для устного опроса**

#### **МДК.0102 Технология организация турагентской деятельности**

### **1. Правовое регулирование туристской деятельности (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

#### **1.1. Общая характеристика правового регулирования туристской деятельности**

1. Экономическое содержание туристской деятельности.
2. Признак туристской деятельности.
3. Понятие туроператорской и турагентской деятельности.

#### **1.2. Договоры в сфере туристской деятельности**

1. Договор о реализации туристского продукта – сущность, структура.
2. Стороны и срок действия договора о реализации туристского продукта.
3. Договоры между туроператорами и турагентами.

### **1.3. Государственное регулирование туристской деятельности**

1. Сущность Федерального закона № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
2. Сущность Федерального закона № 114-ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию».
3. Сущность Федерального закона N 2300-1 «О защите прав потребителей».

## **2. Теория турагентской деятельности (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

### **2.1. Турагент как субъект туристического рынка.**

1. Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта.
2. Место турагентов на туристском рынке.
3. Основные задачи турагентства.
4. Существенные условия договора о реализации туристского продукта.
5. Существенные изменения обстоятельств договора.

### **2.2. Особенности реализации туристского продукта турагентом.**

1. Преамбула договора о реализации туристского продукта.
2. Постановление Правительства № 452.
3. Претензии к качеству туристского продукта.

### **2.3. Классификация и виды турагентств.**

1. Чисто туристские агентства.
2. Транспортно-туристские агентства.
3. Турагентства при туроператоре.
4. Многопрофильные турагентства.
5. Основные функции турагентства.

### **2.4. Ответственность в туристической деятельности.**

1. Полная ответственность перед туристом согласно международному и российскому законодательствам.
2. Ответственность за безопасность и качество предоставляемой услуги.
3. Договор ответственности в соответствии с Гражданским кодексом РФ.

### **2.5. Основные различия между туроператором и турагентом.**

1. Различие по системе доходов.
2. Различие по принадлежности туристского продукта
3. Франчайзинг в туризме.

## **3. Организация работы туроператора с турагентом (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

### **3.1. Организация сбытовой сети туроператоров.**

1. Сеть независимых турагентов: преимущества, недостатки.
2. Сеть уполномоченных турагентов: преимущества, недостатки.
3. Франчайзинговые агентства туроператора: преимущества, недостатки.
4. Сеть филиалов (представительств) туроператора.

### **3.2. Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг.**

1. Структура и сущность агентского соглашения.
2. Структура и сущность договора комиссии.
3. Формы и особенности договоров между туроператором и турагентом.

## **4. Организация работы турагента с клиентом (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

### **4.1. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта и защита прав туристов.**

1. Постановление Правительства Российской Федерации № 452 «Правила оказания услуг по реализации туристского продукта».
2. Единый федеральный реестр туроператоров.

3. Размер неустойки за отказ от туристского продукта.
4. Обязанность турагента по информированию туриста.
- 4.2. Организация офиса турфирмы турагента.**
  1. Традиционная форма продажи туров - офис продаж.
  2. Менеджер по продажам.
  3. Внутренние правила обслуживания клиентов.
  4. Дистанционная форма продажи туров - интернет.
- 4.3. Личные продажи турпродукта и их особенности.**
  1. Личные продажи туров.
  2. Этапы личных продаж.
  3. Выявление потребностей клиента.
  4. Презентация турпродукта.
  5. Работа с возражениями.
- 4.4. Продажи по телефону и их особенности.**
  1. Ответ на телефонный звонок.
  2. Выявление потребностей туриста.
  3. Признаки потери инициативы.
  4. Завершение телефонного разговора.
- 4.5. Особенности работы с клиентами разных психологических типов.**
  1. Критерии работы с клиентом – предприниматель.
  2. Критерии работы с клиентом – игрок.
  3. Критерии работы с клиентом – нытик.
  4. Критерии работы с клиентом – скептик.
- 4.6. Формирование лояльности клиентов турагентства.**
  1. Положительное восприятие к турфирме.
  2. Ценность лояльных клиентов.
  3. Основные подходы к формированию лояльности клиента.
- 4.7. Документационное оформление взаимоотношений между турагентством и клиентами.**
  1. Комплект документов для заказа.
  2. Комплект документов для клиента.
  3. Документы, утверждающие личность туриста.
- 5. Международное регулирование туризма (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**
  - 5.1. Паспортные формальности.**
    1. Официальный документ - заграничный паспорт.
    2. Сроки действия загранпаспорта.
    3. Сроки действия загранпаспорта, содержащего электронный носитель информации.
    4. Правила путешествия детей без родителей.
    5. Оформление документов для выезда за границу ребёнка.
  - 5.2. Визовые формальности.**
    1. Основания для выдачи туристской визы.
    2. Виды виз.
    3. Работа консульских отделов посольств иностранных государств.
    4. Бланки визовых анкет.
    5. Требования посольств при подаче заявления на визу.
  - 5.3. Причины отказа в оформлении визы**
    1. Правилами иммиграции и туристские формальности.
    2. Причины отказа в визах.
    3. Ответственность за возможный отказ в предоставлении визы.
  - 5.4. Шенгенское соглашение.**

1. Шенгенское соглашение.
  2. Шенгенский союз.
  3. Единое визовое пространство.
- 5.5. Условия получения шенгенской визы.**
1. Перечень документов на шенгенскую визу.
  2. Проблемы с открытием визы.
  3. Единый компьютерный банк данных по учету и контролю въезжающих на шенгенскую территорию иностранцев.
- 5.6. Виды шенгенских виз.**
1. Единая шенгенская виза для краткосрочного пребывания.
  2. Национальная въездная виза.
  3. Льготный (безвизовый) порядок въезда в страны Шенгенского соглашения.
- 5.7. Страны, въезд в которые разрешен без наличия загранпаспорта.**
1. Список безвизовых стран для России, въезд в которые возможен по общегражданскому паспорту.
  2. Требования и документы.
- 5.8. Страны, въезд в которые разрешен по загранпаспорту.**
1. Список стран, в которые можно въезжать по загранпаспорту.
  2. Требования и документы.
- 5.9. Страны, для въезда в которые виза ставится на границе.**
1. Список стран, в которые можно въезжать по загранпаспорту и виза ставится на границе.
  2. Требования и документы.
- 5.10. Визовые страны для россиян.**
1. Список стран с визовым режимом для граждан Российской Федерации.
  2. Требования и документы.
- 6. Бронирование турпутевок через Интернет (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**
- 6.1. Бронирование турагентом туров через Интернет.**
1. Глобальные системы бронирования и резервирования GDS.
  2. Компьютерные системы бронирования – преимущества.
  3. Системы Интернет-бронирования при непосредственном контакте с туроператором.
  4. Внутрикорпоративные системы бронирования.
- 6.2. Компьютерные системы бронирования туров.**
1. Объединение внешних систем связи гостиниц с комплексом компьютерных сетей авиакомпаний.
  2. Система бронирования Amadeus.
  3. Система бронирования Galileo.
- 6.3. Российские компьютерные системы бронирования.**
1. Система «Ключ».
  2. Система «Туринтел».
  3. Система «Тур.Резерв».
  4. Системный комплекс «Алеан».
  5. Туристическая поисковая система Туры.ру.
- 6.4. Штрафы за отказ от тура.**
1. Финансовые последствия за отказ от тура.
  2. Размеры и сроки штрафов туроператора.

### Вопросы контрольных работ

#### МДК.0101 Технология продаж и продвижение турпродукта

#### Тема 1 Турпродукт как основной потребительский товар в туристских продажах

**1.1 Понятие и виды турпродукта. Понятие продаж и их виды в туризме. (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Сущность и состояние и тенденции развития туристской индустрии.
2. Основные понятия и определения.
3. Особенности туристского продукта и их влияние на технологии продаж.
4. Структурная модель туристского продукты. Элементы продукта в расширенном толковании

**1.2. Агентский договор между туроператором и турагентом(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Какие формы взаимоотношений туристских фирм-туроператоров с турагентами существуют?
2. Перечислите направления формирования сети турагенств.
3. Перечислите документы, используемые в совместной работе туроператоров и турагентов.

**Тема 2 . Организация отдела продаж и отдела рекламы и продвижения турпродукта в турфирме**

**2.1. Функциональное назначение и структура отдела продаж (реализации турпродукта) турфирмы. (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Основные концепции маркетинга в туристской индустрии.
2. Социально-этическая концепция маркетинга и ее применение в туристской индустрии.
3. Концепция маркетинга взаимоотношений.

**2.2. Функциональное назначение и структура отдела рекламы и продвижения турпродукта турфирмы(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Концепция маркетинга взаимоотношений.
2. Клиенто-ориентированный подход в туристской индустрии

**Тема 3. Методические аспекты технологии продаж турпродукта**

**3.1. Алгоритм процесса продажи турпродукта в офисе турфирмы(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж.
2. Психологические процессы, влияющие на технологии продаж.
3. Процесс принятия клиентом решения о покупке.

**3.2. Техники продаж в туризме и психологические приемы воздействия на потенциальных клиентов (туристов) (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Каналы распределения туристского продукта.
2. Методы и формы реализации турпродукта.
3. Электронная коммерция в туризме

**Тема 4 Информационное обеспечение и пакет документов, оформляемый турфирмой в процессе туристских продаж**

**4.1. Информационное обеспечение клиента как основа содействия правильного потребительского выбора(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Диагностика ложных возражений.
2. Общие правила работы с возражениями.
3. Общий алгоритм обработки возражений.

**4.2. Договор о реализации туристского продукта и его структура(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Речь как инструмент воздействия на клиента.
2. Рекомендации по ведению телефонных переговоров

**4.3. Пакет документов, выдаваемый туристу менеджером по продажам(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Способы и методы обработки возражений.

2. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности клиента.
3. Работа с жалобами и претензиями.

## **Тема 5 Дистанционные подходы к организации туристских продажам**

### **5.1. Правила и особенности ведения телефонных контактов с клиентом как способ стимулирования продаж турфирмы(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Управление контактом с клиентом.
2. Технология управления контактом.
3. Приемы воздействия на клиента.

### **5. 2.. Технология организации интернет-продаж турпродукта(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Что такое «холодные звонки» и какую роль они играют в системе продаж?
2. Каков порядок покупки туристом турпродукта онлайн через сайт туроператора?

### **5.3. Мобильные технологии стимулирования и осуществления интернет-продаж турпродукта(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Исследование потребностей клиента.
2. Цели презентации.
3. Правила и рекомендации проведения презентации

## **Тема 6 Программы лояльности и скидочно-акционная деятельность и их роль в стимулировании продаж турфирм**

### **6.1. Программы лояльности турфирм и их виды(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Дайте определение термину «программа лояльности» в туризме.
2. Обоснуйте основное предназначение программ лояльности В2С.
3. Перечислите и раскройте содержание основных этапов жизненного цикла программы лояльности турфирмы.

### **6.2. Ценовые скидки и акционные программы турфирм(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Какие виды скидок существуют у турфирм в отношении реализуемой ими туристской продукции?
2. Какие акции организуют турфирмы для стимулирования продаж своей туристской продукции?
3. Что такое туристская кобрендинговая карта и, какое у нее назначение?

## **Тема 7 Технологии продвижения турпродукта**

### **7. 1 Реклама как инструмент продвижения туристского продукта(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Специфика маркетинговой коммуникации на туристском рынке.
2. Организация рекламы турпродукта.
3. Типичные средства рекламы турпродукта.
4. Стимулирование продаж туристских услуг.
5. Связи с общественностью в туристском бизнесе.
6. Использование инструментов прямого маркетинга.

### **7.2. Туристские выставки и их роль в продвижении турпродукта(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Какие туристские выставки вы знаете и в чем преимущества для турфирм, принимающих в них участие?
2. Перечислите основные организационные этапы по участию турфирмы в туристских выставках.
3. Каким образом реализуется государственная рекламно-информационная кампании «Время отдыхать в России» и как она влияет на туристские продажи российских турфирм?

### **7.3. Государственные меры поддержки по продвижению национального туристского продукта(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

1. Что такое «роуд-шоу» и в чем заключается важность участия в них
2. фирм занимающихся туроператорской и турагентской деятельностью?



3. Какие основные задачи по продвижению национального турпродукта выполняют национальные туристские офисы?

### **Вопросы контрольных работ**

#### **МДК.0102 Технология организация турагентской деятельности**

#### **1. Правовое регулирование туристской деятельности (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

##### **1.1. Общая характеристика правового регулирования туристской деятельности**

1. Назовите основные нормативно-законодательные акты, регулирующие туроператорскую деятельность в России.
2. Каковы основные положения Закона РФ «Об основах туристской деятельности»?
3. Каковы изменения и дополнения в законе «Об основах туристской деятельности в РФ»?

##### **1.2. Договоры в сфере туристской деятельности**

1. Опишите порядок осуществления туроператорской деятельности в России.
2. Стороны и срок действия договора о реализации туристского продукта.
3. Договоры между туроператорами и турагентами.

##### **1.3. Государственное регулирование туристской деятельности**

1. Опишите модели государственного регулирования туристской сферы и туристские формальности.
3. Перечислите основные цели и задачи государственной политики в области туризма на современном этапе.
4. Каковы изменения и дополнения в законе «Об основах туристской деятельности в РФ»?

#### **2. Теория турагентской деятельности (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

##### **2.1. Турагент как субъект туристического рынка.**

1. Опишите сущность турагентской деятельности.
2. Каковы основные функции турагентской фирмы.
3. Перечислите основные особенности деятельности турфирмы-турагента.

##### **2.2. Особенности реализации туристского продукта турагентом.**

1. В чем состоит сущность и значение турагентской деятельности.
2. Сформулируйте требования к условиям реализации туристского продукта.
3. Перечислите основные документы, регламентирующие порядок осуществления турагентской деятельности.

##### **2.3. Классификация и виды турагентств.**

1. Перечислите и охарактеризуйте виды турагентов.
2. Опишите работу с клиентом в офисе турфирмы.
3. Основные функции турагентства.

##### **2.4. Ответственность в туристической деятельности.**

1. Полная ответственность перед туристом согласно международному и российскому законодательствам.
2. Ответственность за безопасность и качество предоставляемой услуги.
3. Договор ответственности в соответствии с Гражданским кодексом РФ.

##### **2.5. Основные различия между туроператором и турагентом.**

1. Сформулируйте основные отличия турагентской и туроператорской фирмы.
2. Различие по принадлежности туристского продукта

#### **3. Организация работы туроператора с турагентом (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

##### **3.1. Организация сбытовой сети туроператоров.**

1. Какие формы взаимоотношений туристских фирм-туроператоров с турагентами существуют.
2. Перечислите направления формирования сети турагентств.

3. Охарактеризуйте методы реализации туристского продукта.
4. Охарактеризуйте принцип формирования сети турагентств.
- 3.2. Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг.**
  1. Перечислите документы, используемые в совместной работе туроператоров и турагентов.
  2. Охарактеризуйте содержание договора между туроператором и турагентом.
  3. Опишите права и обязанности сторон договора.
- 4. Организация работы турагента с клиентом (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**
  - 4.1. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта и защита прав туристов.**
    1. Охарактеризуйте содержание договора о реализации туристского продукта между туроператором (турагентом) и покупателем туристского продукта.
    2. Опишите порядок приема и проверки документов, необходимых для оформления путешествия.
    3. В чем состоит работа туристической фирмы с претензиями клиентов.
  - 4.2. Организация офиса турфирмы турагента.**
    1. Опишите порядок предоставления клиенту информации о маршруте.
    2. Перечислите особенности технологии продаж в туризме.
    3. Опишите этапы работы с клиентом в офисе турфирмы.
    4. Дистанционная форма продажи туров - интернет.
  - 4.3. Личные продажи турпродукта и их особенности.**
    1. В чем суть работы с клиентом после завершения путешествия?
    2. Каковы особенности работы с индивидуальными клиентами?
    3. Выявление потребностей клиента.
    4. Каковы особенности работы с VIP-туристами?
  - 4.4. Продажи по телефону и их особенности.**
    1. Качество и способы обслуживания туристов.
    2. Уровень обслуживания по туру: люкс (VIP-обслуживание), первый класс, туристский класс, экономический класс.
    3. Признаки потери инициативы.
    4. Завершение телефонного разговора.
  - 4.5. Особенности работы с клиентами разных психологических типов.**
    1. Критерии работы с клиентом – предприниматель.
    2. Критерии работы с клиентом – игрок.
    3. Критерии работы с клиентом – нытик.
    4. Критерии работы с клиентом – скептик.
  - 4.6. Формирование лояльности клиентов турагентства.**
    1. Защита интересов российских туристов за пределами Российской Федерации в случаях возникновения чрезвычайных ситуаций.
    2. Страхование туристов на случай внезапного заболевания и от несчастных случаев является основной формой предоставления таких гарантий турагентом.
    3. Содействие турагента в предоставлении услуг по страхованию рисков, связанных с совершением путешествия.
  - 4.7. Документационное оформление взаимоотношений между турагентством и клиентами.**
    1. Деятельность турагента по заключению договора на указанных в предложении условиях с любым, кто отзовется (публичная оферта).
    2. Ответственность турагента за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств по договору.
    3. Претензии к качеству турпродукта, предъявляемые туристом.

## **5. Международное регулирование туризма (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

### **5.1. Паспортные формальности.**

1. Сущность и специфика заграничного паспорта.
2. Каковы сроки действия загранпаспорта?
3. Опишите правила путешествия детей без родителей.

### **5.2. Визовые формальности.**

1. Основания для выдачи туристской визы.
2. Виды виз.
3. Работа консульских отделов посольств иностранных государств.
4. Бланки визовых анкет.
5. Требования посольств при подаче заявления на визу.

### **5.3. Причины отказа в оформлении визы**

1. Правилами иммиграции и туристские формальности.
2. Причины отказа в визах.
3. Ответственность за возможный отказ в предоставлении визы.

### **5.4. Шенгенское соглашение.**

1. Шенгенское соглашение.
2. Шенгенский союз.
3. Единое визовое пространство.

### **5.5. Условия получения шенгенской визы.**

1. Перечень документов на шенгенскую визу.
2. Проблемы с открытием визы.
3. Единый компьютерный банк данных по учету и контролю въезжающих на шенгенскую территорию иностранцев.

### **5.6. Виды шенгенских виз.**

1. Единая шенгенская виза для краткосрочного пребывания.
2. Национальная въездная виза.
3. Льготный (безвизовый) порядок въезда в страны Шенгенского соглашения.

### **5.7. Страны, въезд в которые разрешен без наличия загранпаспорта.**

1. Список безвизовых стран для России, въезд в которые возможен по общегражданскому паспорту.
2. Требования и документы.

### **5.8. Страны, въезд в которые разрешен по загранпаспорту.**

1. Список стран, в которые можно въезжать по загранпаспорту.
2. Требования и документы.

### **5.9. Страны, для въезда в которые виза ставится на границе.**

1. Список стран, в которые можно въезжать по загранпаспорту и виза ставится на границе.
2. Требования и документы.

### **5.10. Визовые страны для россиян.**

1. Список стран с визовым режимом для граждан Российской Федерации.
2. Требования и документы.

## **6. Бронирование турпутевок через Интернет (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)**

### **6.1. Бронирование турагентом туров через Интернет.**

1. Глобальные системы бронирования и резервирования GDS.
2. Компьютерные системы бронирования – преимущества.
3. Системы Интернет-бронирования при непосредственном контакте с туроператором.

4. Внутрикорпоративные системы бронирования.

### **6.2. Компьютерные системы бронирования туруслуг.**

1. Объединение внешних систем связи гостиниц с комплексом компьютерных сетей авиакомпаний.

2. Система бронирования Amadeus.

3. Система бронирования Galileo.

**6.3. Российские компьютерные системы бронирования.**

1. Система «Ключ».

2. Система «Туринтел».

3. Система «Тур.Резерв».

4. Системный комплекс «Алеан».

5. Туристическая поисковая система Туры.ру.

**6.4. Штрафы за отказ от тура.**

1. Финансовые последствия за отказ от тура.

2. Размеры и сроки штрафов туроператора.

**МДК.0101 Технология продаж и продвижение турпродукта**

(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)

**Задание для тестированного контроля**

**Вариант 1**

**1. Сочетание каких трех качеств менеджера по продажам важны для клиента на начальном этапе взаимодействия?**

а) Профильное образование, доскональное знание всех тонкостей продукта, привлекательный внешний вид.

б) Заинтересованность проблемами клиента, компетентность, точность.

с) Стратегическое мышление, энтузиазм, смелость.

**2. Основная задача из сферы деятельности менеджера по продажам:**

а) Аналитика.

б) Общение с клиентом.

с) Продажи.

**3. Отметьте общие черты между предпринимателем и менеджером по продажам:**

а) Менеджер по продажам воспринимает свой район сбыта так же, как предприниматель свою фирму.

б) Стремление добиваться максимальной прибыли, используя свои умения, знания и навыки, учитывая перспективу.

с) Степень принятия рисков.

**4. Какие три составляющие играют для менеджера по продажам решающую роль в начале процесса анализа ситуации на рынке?**

а) Клиент, продавец, продукт/товар.

б) Структура сегмента рынка, оценка ситуации в нем с учетом продаваемого продукта, определение регионального сегмента с географической точки зрения.

с) Цены на нефть, политическая ситуация, сезонность.

**5. Необходимое условие для продажи нового продукта/услуги:**

а) Харизматичность менеджера по продажам.

б) Давно сложившиеся отношения с предполагаемым клиентом.

с) Высокая осведомленность менеджера по продажам о сложившихся на рынке условиях.

**6. Основное преимущество для менеджера по продажам при наличии разработанного и непрерывно пополняемого электронного банка данных:**

а) Уверенность в постоянном доступе к самым "свежим" сведениям.

б) Экономия времени.

с) Соответствие профессиональным стандартам.

**7. Цель первого телефонного разговора с потенциальным клиентом:**

а) Продажа.

б) Создание благоприятного впечатления о себе и своей компании.

с) Достижение договоренности о дальнейшем взаимодействии.

**8. Почему в процессе телефонного разговора с клиентом предпочтительнее форма глаголов 10 настоящего времени, например, "Вы довольны нашей последней поставкой?" (вместо - "Вы были довольны нашей последней поставкой?")?**

- a) Как рекомендуют психологи.
- b) Форма настоящего времени сообщает собеседнику, что он является клиентом, а не был им в прошлом или станет в будущем.
- c) Так проще формулировать вопросы при разговоре с клиентом.

**9. Какие преимущества получает менеджер по продажам, если с нужным человеком его соединяет по телефону секретарь?**

- a) Можно преподнести свое предложение в наиболее выгодном свете.
- b) Можно познакомиться с девушкой.
- c) Можно собрать дополнительную информацию о потенциальном клиенте.

**10. Отправляясь на первую встречу с потенциальным клиентом и не обладая информацией о традициях данной фирмы относительно служебной одежды сотрудников и их внешнего вида, менеджер по продажам должен одеться:**

- a) В дорогой костюм в классическом стиле и использовать броские аксессуары для того, чтобы наверняка запомниться партнерам.
- b) В джинсы и джемпер темных тонов.
- c) В не слишком новый, но опрятный и выглаженный костюм в классическом стиле.

## **Вариант 2**

**1. Демонстрационная папка нужна менеджеру по продажам в процессе общения с клиентом для:**

- a) Унификации подхода менеджеров по продажам к процессу переговоров.
- b) Ссылки на различные документы и материалы, о которых может идти речь в процессе разговора с клиентом.
- c) Продвижения своей компании с целью реализации ее стратегических целей.

**2. В случае сравнения конкурентов решающее значение имеют два фактора:**

- a) Соотношение цены и качества предоставляемых товаров.
- b) Соотношение цены и количества предоставляемых услуг.
- c) Соображения лояльности.

**3. Позитивная роль конкуренции заключается в:**

- a) Регуляции динамики цен.
- b) Стимуляции к развитию сервиса.
- c) Созданию атмосферы гонки.

**4. Выгодная цена не всегда является для клиента основным критерием в процессе принятия решения о сделке по причине:**

- a) Клиент не умеет считать свои деньги.
- b) Запрос клиента предполагает удовлетворение иной выгоды, нежели экономия средств.
- c) Клиент пытается манипулировать.

**5. Наиболее удачным ответом менеджера по продажам в ситуации, когда клиент указывает ему на преимущества конкурента, будет:**

- a) "Вы не правы, и я сейчас расскажу вам, в чем именно".
- b) "Давайте обсудим все преимущества наших конкурентов".
- c) "Да, у наших коллег есть свои преимущества, а у нас - свои. Давайте поговорим о наших".

**6. Какие свои психологические ресурсы менеджер по продажам должен задействовать в процессе работы с возражениями?**

- a) Терпение.
- b) Напористость.
- c) Красноречие.

**7. Каким будет наиболее профессиональный ответ менеджера по продажам на возражение клиента: "Ваши цены слишком высоки для нас"?**

- a) "Да, у нас дорого".
- b) "Да, вы правы, наши цены довольно высоки, причем это напрямую связано с высоким качеством нашей продукции".
- c) "Ну что вы, разве это дорого? Вы посмотрите на цены у наших конкурентов!"

**8. Ключевой клиент - это:**

- a) Такой, который благодаря соответствующим закупкам обеспечивает фирме и менеджеру по продажам выполнение значительной части плановых показателей объема продаж.
- b) Представители крупных предприятий.
- c) Партнеры, сотрудничающие с фирмой и непосредственно с менеджером по продажам не менее полутора лет.

**9. Какие качества должен обнаружить менеджер по продажам при поступлении рекламации?**

- a) Умение парировать агрессивные высказывания.
- b) Сострадание и совестливость.
- c) Невозмутимость и понимание состояния клиента.

**10. Работа по возвращению клиентов - это:**

- a) Умение выяснить у бывшего или неактивного клиента мотивы его ухода/снижения активности.
- b) Умение приносить извинения за некачественную работу компании.
- c) Умение объяснить клиенту, что уход/снижение активности является его стратегической ошибкой.

**11. Задачи менеджера по продажам на многопрофильной выставке:**

- a) Продавать как можно больше.
- b) Устанавливать новые связи и заключать предварительные договоренности.
- c) Продвигать свою компанию и ее продукцию.

#### Ключ к тесту

**Вариант 1**  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
В С А В А С А В С В

**Вариант 2**  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11  
А С В В В А В В С А В

**МДК.0102 Технология организация турагентской деятельности**  
(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)

**Задание для тестированного контроля**

**Вариант 1**

1. Посетители, прибывшие в страну на круизном судне и ночующие на нем, относятся к:
  - a) туристам
  - б) экскурсантам
2. Путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно, с соблюдением установленных государством норм и правил, относятся к:
  - a) социальному туризму
  - б) самодеятельному туризму
  - в) внутреннему туризму
3. Что означает обслуживание «Табльдот»?
  - a) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню
  - б) обслуживание по единому меню
  - в) свободный выбор выставленных на общий стол блюд
4. Что такое туристская виза?

- а) отметка в паспорте дипломатическими представительствами иностранных государств
  - б) специальный вкладыш в паспорт
  - в) отдельный сопроводительный документ туриста
5. Какой из видов туристской документации является бланком строгой финансовой отчетности?
- а) туристский ваучер
  - б) путевка ТУР – 1
  - в) памятка туристу
  - г) лист бронирования
6. С какими паспортами российских граждан работают турфирмы?
- а) служебный паспорт
  - б) дипломатический паспорт
  - в) паспорт моряка
  - г) общегражданский загранпаспорт
7. Шенгенская виза, выданная одной из стран Шенгенского соглашения, дает разрешение на посещение:
- а) этой страны
  - б) некоторых стран – участниц
  - в) всех стран – участниц
8. Пакет услуг (турпакет) – это ...
- а) набор туристской документации
  - б) произведенный оператором турпродукт, состоящий из определенного набора услуг
  - в) упаковка для рекламной продукции
9. Программа обслуживания – это ...
- а) расписание авиа и авто перевозок на туре
  - б) комплекс досуговых услуг на туре
  - в) набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с тематикой тура, заранее оплаченный и расписанный по времени проведения тура
10. Договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80% - это соглашение с:
- а) гостиницей
  - б) автопредприятием
  - в) авиа-предприятием
  - г) музеем

## Вариант 2

1. К основным туристским услугам относятся:
- а) включенные в договор и оплаченные посетителем турфирмы
  - б) оплаченные в момент потребления во время путешествия или в месте пребывания
2. Что такое туристский ваучер?
- а) финансовый документ турфирмы
  - б) документ, подтверждающий бронирование и оплату услуг отеля
  - в) финансовое обязательство отеля
3. Что такое «форс-мажорные обстоятельства»?
- а) отказ от исполнения условий договора любой из сторон
  - б) обстоятельства непреодолимой силы
  - в) неспособность одной из сторон осуществить условия клиентского соглашения
4. Назовите страны – лидеры по приему туристов:
- а) Россия, Латвия, Белоруссия, Казахстан, Киргизия
  - б) Люксембург, Исландия, Румыния, Албания
  - в) Франция, Испания, Италия, Чехия, Турция, Греция, Кипр
5. Что значит обслуживание «А ля карт»?

- а) свободный выбор блюд из предлагаемого меню
  - б) обслуживание по единому меню, без права выбора блюд
  - в) свободный выбор поставленных на общий стол блюд
6. Прайс-лист – это ...
- а) информация о ценах на различные туруслуги
  - б) справочный материал на маршруте
  - в) рекламные проспекты и буклеты
7. В режиме on-line в туризме:
- а) заключение Агентского соглашения
  - б) подписание договора с клиентом
  - в) производится бронирование туров
8. Правоспособность фирмы – это ...
- а) наличие у фирмы регистрационных документов
  - б) наличие у фирмы юридических оснований для работы в туризме
  - в) содержание рекламных материалов фирмы
9. Доверенность на несовершеннолетнего составляется в:
- а) офисе турфирмы
  - б) при пересечении границы в аэропорту
  - в) в нотариальной конторе
10. Что означает номер «studio»?
- а) большой двухкомнатный номер
  - б) улучшенный большой однокомнатный номер
  - в) большой трехкомнатный номер

### Вариант 3

1. Какой из видов туризма субсидируется из средств, выделяемых государством на социальные нужды:
- а) въездной
  - б) выездной
  - в) внутренний
  - г) социальный
2. Туроператор занимается созданием, продвижением и реализацией:
- а) туристских товаров
  - б) туристских услуг
  - в) туристского продукта
3. Что такое «шведский стол»?
- а) традиционное питание в Швеции
  - б) тоже, что и буфет
  - в) форма подачи блюд в Скандинавских странах
4. Что такое «поставщики услуг»?
- а) предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов
  - б) каналы реализации турпродукта
  - в) каналы продвижения турпродукта.
5. Для посещения зарубежных стран с туристскими целями россиянам необходимо наличие:
- а) деловой визы
  - б) частной визы
  - в) рабочей визы
  - г) туристской визы
6. К основным недостаткам индивидуальных туров относятся: (1 позиция)
- а) более высокий класс обслуживания на туре



- б) более высокие цены и отсутствие групповых скидок
  - в) отсутствие сопровождающих группы
  - г) большая сложность организации подобных туров
7. Договор о квоте мест без гарантии заполнения – это ...
- а) договор между рецептивным и инициативным операторами
  - б) договор с отелем
  - в) договор с чартеродержателем
8. Сделки с отечественными и зарубежными турфирмами составляются и подписываются в:
- а) одном экземпляре
  - б) двух экземплярах
  - в) трех экземплярах
9. Назовите документ, являющийся неотъемлемой частью клиентского договора:
- а) карта местности
  - б) памятка туристу
  - в) страховой полис
  - г) лист бронирования
10. Укажите, в каком виде ведется рабочая документация фирмы:
- а) в электронном виде
  - б) на бумажных носителях
  - в) и на электронных и на бумажных носителях

#### Вариант 4

1. Что значит обслуживание «А ля карт»?
- а) свободный выбор блюд из предлагаемого меню
  - б) обслуживание по единому меню, без права выбора блюд
  - в) свободный выбор поставленных на общий стол блюд
2. Укажите срок подачи письменных жалоб в туризме:
- а) 30 дней с момента заключения договора
  - б) 20 дней с момента начала путешествия
  - в) 20 дней с момента завершения путешествия
3. Каналы продвижения турпродукта – это ...
- а) система продвижения турпродукта через посредников
  - б) многоканальный телефон в офисе турфирмы
  - в) устойчивые, сложившиеся и неизменные правила реализации турпродукта
4. Кредитоспособность фирмы – это ...
- а) наличие расчетного счета фирмы
  - б) наличие валютного счета у фирмы
  - в) наличие у фирмы денежных средств для обеспечения своевременных расчетов по заключенной сделке
5. Work-shop – это ...
- а) закрытая профессиональная встреча участников туристского рынка
  - б) широко рекламируемое общедоступное событие в туристской отрасли
  - в) магазин прямой продажи турпутевок
6. Какие данные о туристах могут послужить препятствием визы в ОАЭ?
- а) незамужние женщины до 30 лет без сопровождения отца или брата
  - б) срок окончания действия паспорта менее 6 месяцев
  - в) наличие родственников в ОАЭ
7. Какую сумму наличных денег может вывозить россиянин без декларирования?
- а) до 1000 \$
  - б) до 5000 \$
  - в) до 10 000 \$

- г) до 20 000 \$
8. Чем отличаются между собой типы двухместных номеров: double и twin?
- по размеру помещения
  - по количеству кроватей
  - по интерьеру помещения
  - по уровню комфорта
9. За сколько дней до начала тура в африканские, азиатские и латиноамериканские государства должны быть поставлены прививки?
- за месяц
  - не позднее чем за 10 дней
  - за полгода
  - за неделю
10. Претензии оформляются в письменном виде на имя:
- директора турагентства, в котором приобреталась путевка
  - на имя менеджера, оформившего сделку
  - на имя руководителя операторской компании

#### Ключ

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
|     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| I   | б | б | б | а | б | г | в | б | в | а  |
| II  | а | б | б | в | а | а | в | а | в | б  |
| III | г | в | в | а | г | б | б | б | г | в  |
| IV  | а | в | а | в | б | а | в | б | б | а  |

#### Критерии оценки теста:

| Оценка уровня подготовки |                     |                              |
|--------------------------|---------------------|------------------------------|
| Балл<br>(отметка)        | Результат           |                              |
| 5                        | Отлично             | более 89% правильных ответов |
| 4                        | Хорошо              | 70%-89% правильных ответов   |
| 3                        | Удовлетворительно   | 51%-69% правильных ответов   |
| 2                        | Неудовлетворительно | менее 51% правильных ответов |

#### Оценочные средства для проведения контрольного среза знаний за текущий период обучения

#### МДК.0101 Технология продаж и продвижение турпродукта (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)

#### Вариант 1

##### 1. Продвижение туристского продукта – это...

- комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, издание каталогов, буклетов и др.)
- деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
- комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта

Г) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и др.).

**2. Туристский продукт – это...**

А) право на тур, приобретаемое у турфирмы

Б) комплекс услуг по размещению, питанию, перевозке, экскурсионному обслуживанию и других услуг, приобретаемые туристом

В) тур, предоставляемый турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

Г) право на тур, включающий в себя комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные и другие услуги, предоставляемые турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

**3. Какие особенности, характеризуют групповые туры:**

А) доступность массовому туристу

Б) предоставляют туристу больше независимости и самостоятельности

В) турист обязан подчиняться установленному порядку

Г) высокая стоимость тура

**4. Понятие – гостеприимство - многогранно и складывается из множества составляющих факторов, допишите еще один фактор и раскройте его содержание:**

А) внимательное отношение тех, кто предоставляет туристский продукт, к просьбам и пожеланиям клиента (по принципу, что мы можем еще для вас сделать?);

Б) забота об облегчении ориентации туристов в получении услуг (информация внутри фирмы, об объектах в путеводителях и буклетах на понятном туристу языке и др.);

В) благожелательное отношение к туристам, которое должно быть возведено в принцип обслуживания

Г)

**5. С точки зрения особенностей поведения людей можно выделить четыре основных типа клиентов турфирмы:**

А) оседлый тип

Б) оседло-мобильный тип

В) мобильный тип

Г) кочевой тип.

Какому типу клиентов соответствует следующее описание: клиенты с небольшим или средним доходом. В этой группе находится значительное число пожилых людей и лиц молодого возраста. У молодежи преобладает стремление к пляжному отдыху, с определенным уровнем комфорта. Эта группа предпочитает селиться в отелях средней категории. Для данного типа туристов важно проведение экскурсий и обязательно развлекательных вечерних и ночных программ, придают большое значение покупке сувениров.

**6. Туроператоры и турагенты при продвижении и продаже туристского продукта уровень обслуживания по туру условно обозначают следующими категориями:**

А) «люкс»

Б) первый класс

В) туристский класс

Г) экономический класс.

Какому классу соответствует приведенная характеристика уровня обслуживания клиентов:

Обычно этим классом пользуются студенты и малообеспеченные люди. Программы этого класса предусматривают минимум услуг и невысокого уровня. Размещение в гостиницах 1-2 звезд, в хостелах, общежитиях, в малых частных или кооперативных гостиницах, предусматривающих сервис по принципу самообслуживания: питание может не предоставляться вообще, может быть запланирован завтрак по типу шведского стола, с ассортиментом блюд по типу континентального завтрака; перелет, как правило, чартерными авиарейсами; встреча и проводы могут быть организованы на общественном транспорте.

**7. Международная биржа по туризму в Берлине (ITB) проводится ежегодно:**

- А) в начале марта;
- Б) во второй декаде ноября;
- В) в конце января
- Г) в конце марта

**8. Под предметом агентского соглашения понимается:**

- А) поручение реализации туристского продукта
- Б) передача турпродукта
- В) купля-продажа турпродукта
- Г) всё указанное выше

**9. В течение, какого предельного срока со дня окончания действия договора реализации туристского продукта можно предъявлять претензии к качеству туристского продукта:**

- А) недели
- Б) двух недель
- В) 20 дней
- Г) 30 дней

**10. Соблюдая принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия, составьте: предварительную программу обслуживания (набор услуг) для партнера, направляющего к вам туристов (группа школьников из Москвы на 3 дня, без учета дней заезда и отъезда туристов, с экскурсионно-познавательными целями).**

## 2 вариант

**1. Туристский продукт – это ...**

- А) право на тур, приобретаемое у турфирмы
- Б) комплекс услуг по размещению, питанию, перевозке, экскурсионному обслуживанию и других услуг, приобретаемые туристом
- В) тур, предоставляемый турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута
- Г) право на тур, включающий в себя комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные и другие услуги, предоставляемые турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

**2. Турпакет – это ...**

- А) это произведенный туроператором туристский продукт, состоящий из определенного набора услуг: перевозки, размещения, питания, экскурсий и т. д.
- Б) стандартный набор услуг, продаваемый туристам в одном «пакете»
- В) это комплекс услуг, предоставляемых в путешествии по индивидуальному или по групповому варианту
- Г) программа тура, которую турист оплачивает при приобретении турпутевки

**3. Назовите основные цели рекламы в туризме:**

- А) информативная

- Б) убеждающая
- В) напоминающая
- Г) все указанные

**4. Понятие - гостеприимство - многогранно и складывается из множества составляющих факторов, допишите еще один фактор и раскройте его содержание:**

- А) качественная информация как местных, так и региональных рынков о возможностях отдыха, познания и развлечений, о том, что туристов ждут и к встрече с ними готовятся;
- Б) создание положительного образа туристской местности, предприятий, обслуживающих потенциальных потребителей (реклама, участие в телепередачах, посвященных туризму, благотворительная деятельность и др.);
- В) нескрываемое стремление обслуживающего персонала к оказанию туристам знаков внимания (политика обслуживания по принципу все для клиента);
- Г)

**5. С точки зрения особенностей поведения людей выделяют четыре основных типа клиентов турфирмы:**

- А) оседлый тип
- Б) оседло-мобильный тип, В) мобильный тип
- Г) кочевой тип.

Какому типу соответствует следующая характеристика:

Туристы сочетают отдых с познанием чего-либо нового. Люди с высшим образованием и представители свободных профессий, преподаватели со средним доходом и студенты. Возраст лиц данной группы обычно от 20 до 50 лет. Туристы этого типа в свободное время предпочитают разнообразные спортивные занятия. Они придают большое значение контактам с местным населением, посещению памятных мест. Представители этого типа любят фотографировать. Продолжительность их путешествий обычно бывает больше недели.

**6. Туроператоры и турагенты при продвижении и продаже туристского продукта уровень обслуживания по туру условно обозначают следующими категориями:**

- А) «люкс»
- Б) первый класс
- В) туристский класс
- Г) экономический класс.

Какому классу соответствует приведенная ниже характеристика:

Самый массовый вариант обслуживания, который предусматривает размещение в гостиницах 2-3 звезд (зависит от страны), перелет экономическим классом регулярных авиарейсов (допускаются чартеры), питание по типу шведского стола, групповой трансфер (туристов встречает автобус, который и развозит их по гостиницам).

**7. Выставочные мероприятия, по целям проведения классифицируют на:**

- А) торговые и информационно-ознакомительные
- Б) периодические, ежегодные, сезонные
- В) универсальные, отраслевые, специализированные
- Г) региональные, межрегиональные, национальные, международные

**8. Верно ли утверждение, что по российскому законодательству агентское соглашение может быть оформлено, как в письменной, так и в устной форме:**

- А) верно
- Б) не верно.

**9. Какие обстоятельства нельзя считать форс-мажорными (непредсказуемыми и непреодолимыми):**

- А) тайфуны, землетрясения
- Б) хроническая болезнь туриста
- Г) пожары, наводнения
- Д) эпидемии, массовые заболевания

**10. Соблюдая принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия, составьте: программу обслуживания туристов по дням, которая составляется непосредственно перед заездом (группа школьников из Москвы на 3 дня, без учета дней заезда и отъезда туристов, с экскурсионно-познавательными целями).**

**Ответы:**

**1 Вариант**

- 1-А
- 2- Г
- 3-А, В
- 4- качественная информация, как местных, так и региональных рынков, создание положительного образа туристской местности, оказание туристам знаков внимания
- 5- А
- 6-Г
- 7-А
- 8-Г
- 9-А
- 10-программа по набору услуг

**2 вариант**

- 1-Г
- 2- А
- 3- Г
- 4 – внимательное отношение к просьбам и пожеланиям клиента, облегчение ориентации туристов в получении услуг, благожелательность
- 5- Б
- 6- В
- 7-А
- 8-Б
- 9-Б
- 10 – программа по дням

**МДК.0102 Технология организация турагентской деятельности**  
(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)

**Вариант 1 (часть А)**

К предложенному вопросу выбрать правильный ответ

1. Как называется программа, позволяющая автоматически рассчитывать цены турпутевок и оформлять прайс-листы?
  - а) Toursoft
  - б) V-PRICE
  - в) Само-Тур
2. Удостоверение иммигранта, имеющего разрешение на постоянное проживание в стране...
  - а) Green-card

- б) ISIC
  - в) Visa
3. Из какой страны везут такие сувениры, как ароматические масла, статуэтки, набедренные платки, скарабеи, папирус, кальяны?
    - а) Из Америки;
    - б) Из Египта;
    - в) Из Африки.
  4. Как называется кислый безалкогольный напиток, основанный на хлебе?
    - а) Вино;
    - б) Квас;
    - в) Пиво.
  5. Когда в России отмечается День смеха?
    - а) 1 мая;
    - б) 1 августа;
    - в) 1 апреля.
  6. Где каждый сентябрь проходит праздник Вина, в течение 10-ти дней местные вина «льются рекой», посредством этого жители отдают дань богу виноделия Дионису.
    - а) Япония;
    - б) Австралия;
    - в) Кипр.
  7. Традицией этой свадьбы является заключение договора между отцами жениха и невесты до помолвки путем деления лаваша, свернутого свитком.
    - а) Адыгейской свадьбы;
    - б) Русской свадьбы;
    - в) Армянской свадьбы
  8. Какому великому празднику православных предшествует строгий сорокадневный пост?
    - а) Новый год;
    - б) 8 марта;
    - в) Великая Пасха
  9. В какой стране проходит «апельсиновая» битва, в которой в качестве снарядов апельсины?
    - а) Италия
    - б) Китай
    - в) Ирландия
  10. В какой стране празднуют время цветения сакуры?
    - а) Япония
    - б) Китай
    - в) Швеция

#### **Часть Б**

1. Дать определение туристских формальностей.
2. Перечислить основные документы, удостоверяющие личность гражданина РФ при выезде из страны.
3. Определить стоимость визы в Бангладеш.
4. Определить сущность договора комиссии.
5. Что необходимо иметь при себе группе туристов при проведении экскурсии в гористой местности?

#### **Вариант 2 (часть А)**

К предложенному вопросу выбрать правильный ответ

1. Как называется программа, позволяющая менеджеру по туризму работать с клиентами турфирмы?
  - а) Turwin Multi Pro
  - б) Toursoft
  - в) Само - Тур
2. Страны с безвизовым въездом граждан Российской Федерации...
  - а) Армения, Киргизия, Украина
  - б) Иран, Ливан, Тунс
  - в) Франция, Германия, Испания
3. Когда отмечается Всемирный день поцелуя?
  - а) 6 июля
  - б) 7 июня
  - в) 5 августа
4. Как называется месяц мусульманского поста, молитв и благочестивых дел?
  - а) Рамадан
  - б) Хиджра
  - в) Курмен
5. В какой стране при встрече люди друг другу говорят «Чао!»?
  - а) Китай
  - б) Малайзия
  - в) Италия
6. Традиционными рождественскими блюдами этой страны являются: индейка под соусом, пудинг и бренди.
  - а) Венгрия
  - б) Великобритания
  - в) Греция
7. На родине Деда Мороза – в городе Великий Устюг есть праздник – День рождения Деда Мороза. Когда он празднуется?
  - а) 30 ноября
  - б) 18 ноября
  - в) 5 декабря
8. У какого народа в хозяйстве, занимавшегося виноделием около дома, строили давилню «хандзан», где мужчины ногами давили виноград?
  - а) Армяне
  - б) Грузины
  - в) Русские
9. Как называется праздник всех студентов, отмечаемый 25 января?
  - а) Татьянин день
  - б) Ольгин день
  - в) Ермилов день
10. Битки, шпигованные чесноком и салом, буженина тушенная с капустой и салом, крученики – все это блюда какой кухни?
  - а) Русская кухня
  - б) Армянская кухня
  - в) Украинская кухня

### Часть Б

1. Дать определение туриста.
2. Перечислить туристские формальности, которые имеют отношение к туристу.
3. Определить стоимость визы в Индонезию.



4. Определить сущность договора поручения.
5. Какие документы должны иметь школьники при длительных экскурсиях и походах?

### Вариант 3(часть А)

К предложенному вопросу выбрать правильный ответ

1. Какие функции выполняют «живые камеры»?
  - а) правовая поддержка туристского бизнеса
  - б) совершить виртуальное путешествие
  - в) оперативные сводки погоды
2. Страны с усложненным визовым режимом въезда граждан Российской Федерации...
  - а) Гаити, Гонконг, Доминикана
  - б) Египет, Куба, Таиланд
  - в) Иран, Мексика, ОАЭ
3. Популярными блюдами этой национальной кухни являются: шашлык, хачапури, сациви, цыпленок табака, аджика, сацебели.
  - а) Грузия
  - б) Абхазия
  - в) Армения
4. Когда в России отмечают самый семейный и самый светлый праздник – Рождество Христово?
  - а) 7 января
  - б) 14 января
  - в) 23 февраля
5. Где проходит Фестиваль оливок и оливкового масла осенью?
  - а) Франция
  - б) Испания
  - в) Норвегия
6. В какой из зарубежных курортов российский турист может выехать без загранпаспорта?
  - а) Анталия
  - б) Евпатория
  - в) Дубай
7. В какой стране существует обычай «чернения невесты»: перед бракосочетанием новобрачную обязательно измажут чем-либо (тухлыми яйцами, соусами, патокой, мукой)?
  - а) Норвегия
  - б) Швеция
  - в) Шотландия
8. В какой стране в связи с тем, что температура летом поднимается до 40 градусов, в послеобеденные часы устраивают сиесту?
  - а) Франция
  - б) Италия
  - в) Греция
9. Что необходимо заполнить туристу при пересечении границы?
  - а) договор
  - б) контракт
  - в) декларацию
10. Какая страна подарила миру знаменитый цейлонский чай, сапфиры, это страна слонов и буддийских храмов?
  - а) Шри-Ланка

- б) Америка
- в) Австралия

### Часть Б.

1. Дать определение турфирмы.
2. Перечислить туристские формальности, которые имеют отношение к турфирме.
3. Определить стоимость визы в Мексику.
4. Определить сущность агентского договора.
5. Что необходимо сделать школьнику, отставшему от группы.

### Вариант 4 (часть А)

К предложенному вопросу выбрать правильный ответ

1. Какие функции выполняет сервер «Музеи»?
  - а) виртуальный путеводитель по Кремлю
  - б) комментарии к разделам юридических услуг
  - в) общение с Интернет-аудиторией
2. Для посещения какой страны необходимо получить Шенгенскую визу?
  - а) Болгария
  - б) Нидерланды
  - в) Румыния
3. Когда в России отмечается День защиты детей?
  - а) 6 июня
  - б) 1 июля
  - в) 1 июня
4. В какой стране традицией является выпечка свадебного каравая?
  - а) России
  - б) Африке
  - в) Франции
5. Как называется романтический праздник, когда юноши и девушки признаются друг другу в любви?
  - а) День Святого Валентина
  - б) День Святого Валерия
  - в) День Святого Серафима Саровского
6. В какой стране свою симпатию к противоположному полу проявляют своеобразно – скребут ладонь понравившейся девушки, если же в ответ она сожмет пальцы – быть свадьбе?
  - а) Америка
  - б) Индия
  - в) Африка
7. Это специальное разрешение иностранного правительства на въезд – выезд, проживание или транзитный проезд через ее территорию.
  - а) виза
  - б) паспорт
  - в) полис
8. В какой стране дарить что-то связанное с числом 4 – просто кошмарный поступок, 4 – символ смерти?
  - а) Франция
  - б) Китай
  - в) Испания

9. В какой стране осенью проходит крупнейший фестиваль пива «Oktoberfest»?
- Италия
  - Германия
  - Бельгия
10. Традиционными и популярными блюдами какой кухни являются булочки-круассаны, шоколадные хлебцы, длинные батоны, а также улитки по-бургундски?
- французская кухня
  - кухня Мексики
  - бразильская кухня.

### Часть Б

- Дать определение заграничного паспорта.
- Перечислить основные стороны туристского «треугольника».
- Определить стоимость визы на Шри-Ланку.
- Определить сущность туристской путевки.
- Какое количество руководителей должно быть при проведении длительных экскурсий для школьников и определите их расположение в группе.

### Ответы на вопросы тестов

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
|     | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| I   | б | а | б | б | в | в | в | в | а | а  |
| II  | в | а | а | а | в | б | б | а | а | в  |
| III | б | в | а | а | б | б | в | б | в | а  |
| IV  | а | б | в | а | а | в | а | б | б | а  |

### Критерии оценки теста:

| Оценка уровня подготовки |                     |                              |
|--------------------------|---------------------|------------------------------|
| Балл<br>(отметка)        | Результат           |                              |
| 5                        | Отлично             | более 89% правильных ответов |
| 4                        | Хорошо              | 70%-89% правильных ответов   |
| 3                        | Удовлетворительно   | 51%-69% правильных ответов   |
| 2                        | Неудовлетворительно | менее 51% правильных ответов |

### Оценочные средства для проверки остаточных знаний за предыдущий период МДК.0101 Технология продаж и продвижение турпродукта (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)

#### I вариант

#### 1. Туристский продукт – это...

- право на тур, приобретаемое у турфирмы
- комплекс услуг по размещению, питанию, перевозке, экскурсионному обслуживанию и других услуг, приобретаемый туристом
- тур, предоставляемый турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута
- право на тур, включающий в себя комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные и другие услуги, предоставляемые турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

**2. К недостаткам инклюзив-тура относят:**

- А) наличие услуг, не интересующих клиента;
- Б) насыщенность программы;
- В) реклама, ориентированная на определенного клиента
- Г) все, указанное выше

**3. Верно ли утверждение: агент обязан сообщить клиенту о туроператоре, сформировавший турпродукт:**

- А) не верно
- Б) верно

**4. Специалистами выделено несколько основных потребительских свойств туристского продукта, допишите еще одно свойство и раскройте его содержание:**

- А) целостность - завершенность продукта, его способность полностью удовлетворить туристскую потребность;
- Б) ясность - потребление продукта, его направленность должны быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу;
- В) гибкость - способность продукта и системы обслуживания приспособиться к другому типу потребителя и быть невосприимчивым к замене обслуживающего персонала;
- Г)

**5. С точки зрения особенностей поведения людей выделяют четыре основных типа клиентов турфирмы:**

- А) оседлый тип
- Б) оседло-мобильный тип
- В) мобильный тип
- Г) кочевой тип.

Какому типу соответствует следующая характеристика:

Туристы стремятся к смене культурного и социального окружения. Многочисленная группа туристов, хорошо материально обеспеченная. Состоит из двух различных возрастных групп: 30—70 лет, те, кто предпочитают путешествовать в группе, и 20—50 лет — любители индивидуальных поездок или путешествий в составе небольших групп. При организованных турах с использованием транспорта и предоставлением комфортного жилья туристы рассматриваемого типа будут посещать все, что им предложит гид. Их питание соответствует международным стандартам, допустимы и эксперименты с блюдами местной кухни. Придают значение организованной торговле экзотическими сувенирами. Продолжительность их путешествий 2-3 недели.

**6. Туроператоры и турагенты при продвижении и продаже туристского продукта уровень обслуживания по туру условно обозначают следующими категориями:**

- А) «люкс»
- Б) первый класс
- В) туристский класс
- Г) экономический класс.

Какому классу соответствует данный уровень обслуживания:

Достаточно высокий уровень обслуживания, предусматривающий размещение в гостиницах категорий 4-5 звезд, перелет бизнес-класс, отличную кухню и широкий выбор блюд, возможен вариант шведского стола, индивидуальный трансфер, кураторство гида.

**7. Выставочных мероприятий, по частоте проведения классифицируют:**

- А) торговые и информационно-ознакомительные
- Б) периодические, ежегодные, сезонные
- В) универсальные, отраслевые, специализированные

Г) региональные, межрегиональные, национальные, международные

**8. В течение, какого времени, после завершения тура, клиент может подать претензию относительно качества обслуживания в туре:**

- А) 5 дней
- Б) 10 дней
- В) 15 дней
- Г) 20 дней

**9. Какой человек будет считаться туристом:**

- А) уехавший отдохнуть на 2 недели на море
- Б) ушедший в воскресный день в лес для сбора грибов и вернувшийся домой к ужину
- В) уехавший в другой город в командировку
- Г) обучающийся в университете Новой Зеландии в течение 10 месяцев

**10. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Майкопа:**

- Познавательный тур по Майкопу - 3 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по набору услуг)

## 2 вариант

**1. Туристский продукт – это...**

- А) право на тур, приобретаемое у турфирмы
- Б) комплекс услуг по размещению, питанию, перевозке, экскурсионному обслуживанию и других услуг, приобретаемый туристом
- В) тур, предоставляемый турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута
- Г) право на тур, включающий в себя комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные и другие услуги, предоставляемые турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

**2. Тур с жестким, заранее спланированным (до контакта с клиентом) набором услуг, сориентированным на определенный вид отдыха или туризма, а также на социальный класс туристов и их возраст – это...**

- А) заказной тур
- Б) индивидуальный тур
- В) инклюзив-тур
- Г) групповой тур

**3. Допишите список - основные рекламоносители в туризме:**

- А) Пресса
- Б) ТВ и радио
- В) Почтовая реклама
- Г)

**4. Специалистами выделено несколько основных потребительских свойств туристского продукта, допишите еще одно свойство и раскройте его содержание:**

- А) обоснованность, т. е. предоставление всех услуг должно быть обусловлено целью путешествия и сопутствующими условиями, основанными на потребностях туриста;
- Б) надежность - соответствие реального содержания продукта рекламе, достоверность информации;
- В) эффективность - достижение наибольшего эффекта для туриста при наименьших расходах с его стороны;
- Г)

**5. С точки зрения особенностей поведения людей выделяют четыре основных типа клиентов турфирмы:**

- А) оседлый тип
- Б) оседло-мобильный тип
- В) мобильный тип
- Г) кочевой тип

Какому типу соответствует следующая характеристика:

Туристы, желающие достичь тесного контакта с местным населением и природой. С высоким уровнем образования. Среди представителей этого типа встречаются все возрастные группы при некотором преобладании молодежи. Специфическая мотивация: стремление к смене обстановки, поездки с религиозными или творческими целями. Путешествуют индивидуально или в небольших группах, селятся в местных гостиницах или снимают жилье. Туристы открыты любым кулинарным экспериментам, интересуется местными обычаями. Туристы с небольшими доходами, а также те, кто подвержен влиянию моды и готов ради нее на значительные траты.

**6. Туроператоры и турагенты при продвижении и продаже туристского продукта уровень обслуживания по туру условно обозначают следующими категориями:**

- А) «люкс»
- Б) первый класс
- В) туристский класс
- Г) экономический класс.

Какому уровню обслуживания соответствует следующая характеристика:

Гостиницы категории 5 звезд и роскошные внекатегорийные отели, перелет первым классом или самолетами бизнес-авиацией, питание в роскошных ресторанах, с обязательным обслуживанием, индивидуальный трансфер на машинах класса «люкс», индивидуальные услуги гида и т. д. Такого рода туры предоставляются по разряду VIP-обслуживания.

**7. Выставочные мероприятия, по отраслевой принадлежности классифицируют:**

- А) торговые и информационно-ознакомительные
- Б) периодические, ежегодные, сезонные
- В) универсальные, отраслевые, специализированные
- Г) региональные, межрегиональные, национальные, международные

**8. Менеджер турфирмы звонит в гостиницу. Внезапно происходит разъединение. Необходимые действия:**

- А) подождать звонка собеседника
- Б) перезвонить сразу после разъединения
- В) перезвонить через 3-5 минут, чтобы собеседник успел повесить трубку в случае, если он пытается дозвониться до менеджера
- Г) позвонить на другой день

**9. В обязанности турфирмы входит выплата турагенту комиссионного вознаграждения в размере:**

- А) 15%
- Б) 10%
- В) 2%
- Г) 5%

**10. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Майкопа:**

- Познавательный тур по Майкопу- 3 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по дням обслуживания)

**3 вариант**

**1. Какие особенности, характеризуют индивидуальные туры:**

- А) доступность массовому туристу
- Б) предоставляют туристу больше независимости и самостоятельности
- В) турист обязан подчиняться установленному порядку
- Г) высокая стоимость тура

**2. Что такое туристский продукт? Выберите наиболее точное определение.**

- А) право на тур, приобретаемое у турфирмы
- Б) комплекс услуг по размещению, питанию, перевозке, экскурсионному обслуживанию и других услуг, приобретаемый туристом
- В) тур, предоставляемый турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута
- Г) право на тур, включающий в себя комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные и другие услуги, предоставляемые турфирмой в зависимости от целей путешествия и избранного туристами маршрута

**3. В течение, какого предельного срока со дня окончания действия договора реализации туристского продукта можно предъявлять претензии к качеству туристского продукта:**

- А) недели
- Б) двух недель
- В) 20 дней
- Г) 30 дней

**4. Специалистами выделено несколько основных потребительских свойств туристского продукта, допишите еще одно свойство и раскройте его содержание:**

- А) обоснованность, т. е. предоставление всех услуг должно быть обусловлено целью путешествия и сопутствующими условиями, основанными на потребностях туриста;
- Б) надежность - соответствие реального содержания продукта рекламе, достоверность информации;
- В) эффективность - достижение наибольшего эффекта для туриста при наименьших расходах с его стороны;
- Г)

**5. Выставочных мероприятий, по характеру предложения экспонатов классифицируют:**

- А) торговые и информационно-ознакомительные
- Б) периодические, ежегодные, сезонные
- В) универсальные, отраслевые, специализированные
- Г) региональные, межрегиональные, национальные, международные

**6. Продвижение туристского продукта – это...**

- А) комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, издание каталогов, буклетов и др.)
- Б) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
- В) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта
- Г) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и др.).

**7. Турагентская деятельность – это...**

- А) комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, издание каталогов, буклетов и др.)

- Б) деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
- В) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта
- Г) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и др.).

**8. Какие услуги являются базовыми для туристского продукта:**

- А) транспортные услуги
- Б) экскурсионные услуги
- В) питание
- Г) размещение

**9. В случае отказа агента от туристического продукта турфирма взимает с агента следующие штрафы при возврате:**

при отказе более чем за 30 дней от начала поездки

- А) 0%
- Б) 10%
- В) 50%
- Г) 75%

**10. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Майкопа:**

- Спортивно-оздоровительный тур по Майкопу - 3 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по дням обслуживания)

Ответы

**Ответы:**

**1 вариант**

- 1-г
- 2-г
- 3-б
- 4- Полезность, эффективность, надежность, обоснованность простота в эксплуатации
- 5 –в
- 6- б
- 7- б
- 8- г
- 9-а
- 10- Познавательный тур по Майкопу- 3 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по набору услуг)

**2 вариант**

- 1-г
- 2-в
- 3- Реклама на транспорте, фильмы, реклама в местах продажи, сувенирная реклама
- 4- целостность, ясность, простота в эксплуатации, гибкость, полезность
- 5-г
- 6-а
- 7-в
- 8-в
- 9-б



10 - Познавательный тур по Волгограду- 3 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по дням обслуживания)

### 3 вариант

1-бг

2-г

3-а

4- целостность, ясность, простота в эксплуатации, гибкость, полезность

5- а

6- а

7- б

8 - а, г

9 – а

10. Программа тура

### Оценочные средства для проверки остаточных знаний за предыдущий период МДК.0102 Технология организация турагентской деятельности (ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)

#### Вариант 1

1. Какой целевой законодательный акт регулирует деятельность туристской индустрии в Российской Федерации на сегодняшний день:
  - А) Целевая федеральная «Программа развития туризма в РФ»;
  - Б) Указ Президента РФ «О реорганизации и развитии туризма в РФ»;
  - В) Туристский Кодекс Российской Федерации;
  - Г) Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ»
2. В соответствии с рекомендациями ЮНВТО к основным *типам* туризма НЕ относится:
  - А) национальный;
  - Б) внутренний;
  - В) въездной;
  - Г) выездной
3. К какому виду туризма относятся поездки с целью ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями:
  - А) к деловому туризму;
  - Б) к познавательному туризму;
  - В) к рекреационному туризму;
  - Г) к сельскому туризму
4. Какая из нижеперечисленных функций относится к основным обязанностям турагента?
  - А) договорная (заключение договоров с поставщиками туристских услуг);
  - Б) калькулятивная (расчет стоимости тура);
  - В) реализационная (реализация туристского продукта на рынке);
  - Г) маркетинговая
5. Что из нижеперечисленного относится к одной из основных обязанностей туроператора:
  - А) информация и консультация клиентов;
  - Б) формирование туристского продукта;
  - В) реализация туристского продукта на рынке;
  - Г) оформление договорной документации с клиентом
6. Назовите сокращенное наименование международной межправительственной организации в сфере туризма, действующей под патронажем ООН:
  - А) WTO;
  - Б) POT;

- В) ЮНВТО;  
Г) РСТ
7. Что из нижеперечисленного НЕ входит в понятие *туристские ресурсы* страны:  
А) природные и климатические условия;  
Б) недра и полезные ископаемые;  
В) достопримечательности и памятники культуры;  
Г) удачное экономико-географическое положение
  8. По своему положению турагентства делятся:  
А) на инициативные и рецептивные;  
Б) на внешние и внутренние;  
В) на крупные и мелкие;  
Г) на независимые (самостоятельные) и дочерние
  9. Какие две основные характеристиками определяют качество туристских ресурсов:  
А) известность и доступность;  
Б) запоминаемость и неповторимость;  
В) узнаваемость и распространенность;  
Г) заброшенность и обветшалость
  10. К какому виду туристских ресурсов относится знаменитый *смог* (от англ. smoke — дым и fog — туман) - смесь из промышленных отходов и природного тумана - в таком крупном промышленном центре как Лондон:  
А) к природным;  
Б) к антропогенным;  
В) к климатическим;  
Г) к смешанным

### Вариант 2

1. Какой статус имеет посетитель, осуществивший, по меньшей мере, одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения вне места постоянного проживания:  
А) аппликant;  
Б) экскурсант;  
В) турист;  
Г) мигрант
2. Какие предпочтения объединяют туристов W1-тип и W2-типа по классификации Г.Гана?  
А) оба ценят поездки на дальние расстояния и флирт на отдыхе;  
Б) являются любителями лесных походов;  
В) увлекаются осмотром достопримечательностей и познавательными экскурсиями;  
Г) предпочитают пассивный пляжный отдых на морском курорте
3. В каком году были внесены такие поправки в Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ», что он получил название «законом о фингарантиях»?  
А) в 1996 г.  
Б) в 2002 г.  
В) в 2003 г.  
Г) в 2007 г
4. Какое название имеет на сегодняшний день крупнейшее предпринимательское объединение отрасли туризма в Российской Федерации?  
А) Российский Союз Туриndустрии (РСТ);  
Б) Российское общество туристов (РОТ);  
В) Российская Ассоциация Туристических Агентств (РАТА);  
Г) Всесоюзное Общество Предприятий Туризма (ВОПТ);

5. Назовите размер финансового обеспечения ответственности туроператора туроператоров с годовым оборотом до 250 млн. рублей, осуществляющего свою деятельность в области международного (внешнего) туризма.
  - А) 30 млн. руб.
  - Б) 60 млн.руб.
  - В) 100 млн. руб.
  - Г) 500 тыс. руб.
6. По месту деятельности туроператоры делятся на операторов:
  - А) массового рынка и специализированных
  - Б) инициативных и рецептивных
  - В) внешних и внутренних
  - Г) независимых и дочерних
7. Чартерный рейс «с отстоем» совершает:
  - А) автотранспортное средство, арендованное туроператором на определенный срок;
  - Б) автобус, взятый на сезон в аренду;
  - В) самолет, ожидающий туристов в пункте дестинации на весь период их пребывания там;
  - Г) нет правильного ответа
8. Как называется тип авиарейсов, предусматривающих пересадку туристов с одного самолета на другой:
  - А) прямые;
  - Б) регулярные;
  - В) чартерные;
  - Г) стыковочные
9. Полное и конкретное описание проданного турпродукта приводится:
  - А) в договоре о туристском обслуживании;
  - Б) в путевке по форме «ТУР-1»;
  - В) в каталоге турфирмы;
  - Г) в ваучере туриста
10. Под каким названием известно международное страхование ответственности владельцев автотранспортных средств:
  - А) «черная карта»;
  - Б) «белая карта»;
  - В) «зеленая карта»;
  - Г) «красная карта»

#### Ключ к тесту

|   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 1 | Г | А | Б | В | Б | В | Б | Г | А | Г  |
| 2 | В | Б | Г | А | А | В | В | Г | Б | В  |

#### Критерии оценки теста:

| Оценка уровня подготовки |                     |                              |
|--------------------------|---------------------|------------------------------|
| Балл<br>(отметка)        | Результат           |                              |
| 5                        | Отлично             | более 89% правильных ответов |
| 4                        | Хорошо              | 70%-89% правильных ответов   |
| 3                        | Удовлетворительно   | 51%-69% правильных ответов   |
| 2                        | Неудовлетворительно | менее 51% правильных ответов |

### 3.2. Комплект заданий для самостоятельной работы.

### 3.2.1 Темы самостоятельной работы студентов

| № п\п | Разделы и темы рабочей программы самостоятельного изучения  | Перечень домашних заданий и других вопросов для самостоятельного изучения  | Осваиваемые компетенции | Объем в часах |
|-------|---|--|-------------------------|---------------|
| 1     | 2   | 3  | 4                       | 5             |
|       | <b>МДК 0101 Технология продаж и продвижение турпродукта</b>   |  |                         |               |
|       | <b>1 Турпродукт как основной потребительский товар в туристских продажах</b>                                    |  |                         |               |
| 1.    | Понятие и виды турпродукта. Понятие продаж и их виды в туризме.   | Составление планов-конспектов, изучение рекомендованной учебной литературы и непосредственная работа с лекционным материалом | ОК1-09; ПК 1.1-1.7      | 2             |
|       | <b>Тема 2 . Организация отдела продаж и отдела рекламы и продвижения турпродукта в турфирм</b>                  |  |                         |               |
| 2.    | Функциональное назначение и структура отдела рекламы и продвижения турпродукта турфирмы                         | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов,                           | ОК1-09; ПК 1.1-1.7      | 2             |
|       | <b>Тема 3. Методические аспекты технологии продаж турпродукта</b>   |  |                         |               |
| 3.    | Техники продаж в туризме и психологические приемы воздействия на потенциальных клиентов (туристов)              | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов,                           |                         | 2             |
| 4.    | Неценовые инструменты стимулирования продаж и способы повышения доверия клиента к турпродукту                   | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы  |                         | 2             |
|       | <b>Тема 4 Информационное обеспечение и пакет документов, оформляемый турфирмой в процессе туристских продаж</b> |  |                         |               |
| 5.    | Информационное  | Работа с лекционным  | ОК1-09; ПК              | 2             |

|     |  |  |                    |    |
|-----|--|--|--------------------|----|
|     | обеспечение клиента как основа содействия правильного потребительского выбора                                  | материалом, изучение рекомендованной литературы  | 1.1-1.7            |    |
| 6.  | Договор о реализации туристского продукта и его структура  | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы                                | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2  |
|     | <b>Тема 5 Дистанционные подходы к организации туристских продаж</b>  |  |                    |    |
|     | Правила и особенности ведения телефонных контактов с клиентом как способ стимулирования продаж турфирмы        | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов, | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2  |
| 7.  | Мобильные технологии стимулирования и осуществления интернет-продаж турпродукта                                | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов, | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 22 |
|     | <b>Тема 6 Программы лояльности и скидочно-акционная деятельность и их роль в стимулировании продаж турфирм</b> |  |                    |    |
|     | Программы лояльности турфирм и их виды   | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 |    |
| 8.  | Ценовые скидки и акционные программы турфирм   | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2  |
|     | <b>Тема 7 Технологии продвижения турпродукта</b>   |  |                    | 2  |
| 9.  | Туристские выставки и их роль в продвижении турпродукта  | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов  | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2  |
| 10. | Государственные меры поддержки по продвижению национального туристского продукта                               | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов  |                    | 2  |
|     | <b>МДК 01.02 Технология и</b>  |  |                    |    |

|     |   |   |                    |   |
|-----|---|---|--------------------|---|
|     | <b>организация турагентской деятельности</b>  |   |                    |   |
|     | <b>Тема 1.<br/>Правовое регулирование туристской деятельности</b>   |   |                    |   |
| 11. | Общая характеристика правового регулирования туристской деятельности. Договоры в сфере туристской деятельности. | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2 |
|     | Государственное регулирование туристской деятельности.  | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2 |
|     | <b>Тема 2.<br/>Теория турагентской деятельности.</b>  |   |                    |   |
| 12. | Турагент как субъект туристического рынка.  | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2 |
| 13. | Особенности реализации туристского продукта турагентом. Классификация и виды турагентств.                       | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2 |
| 14. | Ответственность в туристической деятельности. Основные различия между туроператором и турагентом                | Изучение нормативно-правовых документов Составление планов-конспектов                             |                    | 1 |
|     | <b>Тема 3.<br/>Организация работы туроператора с турагентом</b>   |   |                    |   |
| 15. | Организация сбытовой сети туроператоров.  | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы Составление планов-конспектов | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2 |
| 16. | Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг.  | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы                               | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 1 |
|     | <b>Тема 4.<br/>Организация работы турагента с клиентом</b>  | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной  |                    | 2 |

|     |  |   |                    |   |
|-----|--|---|--------------------|---|
|     |  | литературы  |                    |   |
| 17. | Правила оказания услуг по реализации туристского продукта и защита прав туристов.  | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2 |
| 18. | Организация офиса турфирмы турагента. Личные продажи турпродукта и их особенности. | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2 |
|     | <b>Тема 5.<br/>Международное регулирование туризма</b>                             |   |                    |   |
| 19. | Шенгенское соглашение. Условия получения шенгенской визы. Виды шенгенских виз.     | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2 |
| 20. | Страны, въезд в которые разрешен без наличия загранпаспорта.                       | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2 |
| 21. | Страны, въезд в которые разрешен по загранпаспорту                                 | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы |                    | 2 |
|     | <b>Тема 6.<br/>Бронирование турпутевок через Интернет</b>                          |   |                    |   |
| 22. | Бронирование турагентом туров через Интернет.                                      | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2 |
| 23. | Компьютерные системы бронирования туров.   | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы | ОК1-09; ПК 1.1-1.7 | 2 |
| 24. | Российские компьютерные системы бронирования. Штрафы за отказ от тура              | Работа с лекционным материалом, изучение рекомендованной литературы |                    | 1 |

**3.3 Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации**  
**Вопросы для подготовки к экзамену МДК.0101 Технология продаж и продвижение турпродукта**  
(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)

1. Основные цели, функции, этапы туристского маркетинга.
2. Государственное регулирование туристской деятельности.
3. Основные понятия туризма по российскому законодательству.
4. Права и обязанности турфирм.
5. Права и обязанности туриста.

6. Нормативно – правовое регулирование туристской деятельности.
7. Сущность туроператорской деятельности.
8. Сущность деятельности турагентов.
9. Классификация фирм – туроператоров.
10. Структура турпродукта.
11. Каналы распределения турпродукта.
12. Цена и ценообразование в туризме.
13. Мероприятия и деятельность маркетинга в туризме.
14. Виды и цели маркетинговых исследований.
15. Методы сбора информации.
16. Классификация видов рекламы.
17. Территориальная направленность рекламы.
18. Технология создания рекламно – информационного продукта.
19. Рекламное стимулирование спроса.
20. Основные рекламные средства.
21. Рекреация и туризм: соотношение понятий.
22. Туристские рекреационные ресурсы.
23. Прямые рекреационные ресурсы.
24. Концепция фирменного стиля в туризме.

Задача 1.

Рассчитать стоимость тура в Турцию (Анталия) предлагаемые туроператором для группы из 40 человек включая сопровождающего, если известна стоимость билета на одного пассажира 175\$, а цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 35\$. Срок пребывания 15 дней - 14 ночей.

Задача 2.

Определить стоимость тура в г. Париж предлагаемые туроператором для группы из 20 человек, если известна стоимость билетов туда и обратно - 250\$, цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 50\$. Срок пребывания 5 дней – 4 ночи.

Задача 3.

Найти стоимость тура Санкт-Петербург – Москва предлагаемые туроператором для группы 21 человек включая экскурсовода, если известно, что стоимость билета туда и обратно 100\$. Цена проживания 30\$ (в сутки), питание 20\$ на одного туриста. Экскурсионная и культурная программа 45\$ на одного туриста. Срок поездки 4 дня – 3 ночи.

Задача 4.

Определить стоимость тура Краснодар – Киев предлагаемые туроператором для группы 21 человек, включая экскурсовода, если известно, что стоимость билета туда и обратно 100\$, цена проживания 20\$, питание 20\$ на одного туриста, экскурсионная и культурная программа 55\$ на одного туриста. Срок поездки 6 дней – 5 ночей.

Задача 5.

Найти стоимость тура в Италию (Милан) предлагаемые туроператором для группы из 20 человек включая сопровождающего, если известна стоимость билета на одного пассажира 175\$, а цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 35\$. Срок пребывания 7 дней - 6 ночей.

Задача 6.

Рассчитать стоимость тура в г. Париж предлагаемые туроператором для группы из 30 человек, если известна стоимость билетов туда и обратно - 250\$, цена проживания и питания на одного туриста в сутки составляет 50\$. Срок пребывания 10 дней – 9 ночей.

Задача 7.

Определить долю рынка туристской фирмы «Розовый слон», если известно, удельный вес туристского продукта в сентябре 28, а емкость рынка 112.

Задача 8.



Рассчитать долю рынка туристской фирмы «Калейдоскоп», если известно, удельный вес туристского продукта в августе 35, а емкость рынка 145.

Задача 9.

Найти долю рынка туристской фирмы «Путешествия», если известно, емкость туристского рынка марта 145, а удельный вес туристского продукта 20.

Задача 10.

Определить долю рынка турфирмы «Розовый слон» в апреле

| Название фирмы | март | апрель | май |
|----------------|------|--------|-----|
| Розовый слон   | 15   | 20     | 25  |
| Калейдоскоп    | 20   | 15     | 15  |
| Путешествия    | 25   | 25     | 20  |
| Всего:         |      |        |     |

**Задачи для подготовки к экзамену МДК.0101 Технология продаж и продвижение турпродукта**  
(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)

**Вопросы для подготовки к экзамену**  
**МДК.0102 Технология организация турагентской деятельности**  
(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)

1. Общая характеристика правового регулирования туристской деятельности.
2. Договоры в сфере туристской деятельности.
3. Государственное регулирование туристской деятельности.
4. Турагент как субъект туристического рынка.
5. Особенности реализации туристского продукта турагентом.
6. Классификация и виды турагентств.
7. Ответственность в туристической деятельности.
8. Основные различия между туроператором и турагентом.
9. Организация сбытовой сети туроператоров.
10. Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг.
11. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта и защита прав туристов.
12. Организация офиса турфирмы турагента.
13. Личные продажи турпродукта и их особенности.
14. Продажи по телефону и их особенности.
15. Особенности работы с клиентами разных психологических типов.
16. Формирование лояльности клиентов турагентства.
17. Документационное оформление взаимоотношений между турагентством и клиентами.
18. Паспортные формальности.
19. Визовые формальности.
20. Причины отказа в оформлении визы
21. Шенгенское соглашение.
22. Условия получения шенгенской визы.
23. Виды шенгенских виз.
24. Страны, въезд в которые разрешен без наличия загранпаспорта.
25. Страны, въезд в которые разрешен по загранпаспорту.
26. Страны, для въезда в которые виза ставиться на границе.
27. Визовые страны для россиян.
28. Бронирование турагентом туров через Интернет.
29. Компьютерные системы бронирования туруслуг.
30. Российские компьютерные системы бронирования.
31. Штрафы за отказ от тура.

**Задачи для подготовки к экзамену**  
**МДК.0102 Технология организация турагентской деятельности**  
(ОК 01-ОК 09; ПК 1.1 – ПК 1.7)

**Задача 1**

Турфирма сформировала турпакет в Грецию, включая в него различные типы услуг. Информация о ценах на услуги в таблице. Рассчитать стоимость турпакета с учетом продолжительности 7 дней.

| Услуга               | Тип услуги         | Стоимость услуги, \$ |
|----------------------|--------------------|----------------------|
| Авиаперелет          | Грансаэро          | 300                  |
| Трансфер             | Автобус            | 10                   |
| Проживание (в сутки) | Двухместные номера | 50                   |
| Питание (в сутки)    | Только завтрак     | 15                   |

**Задача 2.**

Рассчитать доход турфирмы по данным таблицы.

| Код тура | Название тура       | Продолж. тура | Цена тура, \$ | Кол-во проданных путевок |
|----------|---------------------|---------------|---------------|--------------------------|
| СУР-3    | «Отдых на море»     | 7             | 670           | 3                        |
| FR-1     | «Экскурсия в Париж» | 7             | 780           | 4                        |
| FR-2     | «Рождество»         | 7             | 920           | 4                        |
| FR-3     | «Обучение»          | 10            | 1800          | 10                       |
| RUS-2    | «Золотое кольцо»    | 14            | 150           | 41                       |
| RUS-3    | «Сибирь»            | 25            | 300           | 38                       |

**Задача 3.**

В течение отчетного периода турфирма «Алеан» продала туры со скидками. По данным таблицы рассчитать доход турфирмы за данный период.

| Дата покупки | Код тура | Стоимость тура, \$ | Скидки, % |
|--------------|----------|--------------------|-----------|
| 02.05.2019   | FR-2     | 380                | 5         |
| 22.05.2019   | GRB-1    | 420                | 5         |
| 14.06.2019   | USA-2    | 1200               | 10        |
| 16.06.2019   | FR-2     | 380                | 5         |
| 21.06.2019   | USA-2    | 1200               | 10        |

**Задача 4.**

В себестоимость тура Москва – Тунис – Москва на 9 дней включены следующие затраты: проживание + питание 210\$ (за 9 дней), трансфер (аэропорт – отель – аэропорт) 10\$, страховка 15\$, экскурсия в Карфаген 45\$, джип – тур 70\$, билеты на самолет 300\$. Известно, что турфирма учитывает 70\$ в стоимость тура как прибыль. Определить стоимость тура на одного туриста.

**Задача 5.**

При расчете годового отчета туристской фирмы получились следующие показатели: прибыль за год составила 2500 тыс. руб., выручка – 4800 тыс. руб. Затраты на реализацию и производство туристских путевок 6850 тыс. руб. Необходимо определить рентабельность данного предприятия.

**Задача 6.**

Выручка от реализации туристских услуг составила 100 тыс. руб. Затраты на производство и реализацию услуг – 50 тыс. руб. Общая сумма налогов, выплаченных турфирмой равна 15 тыс. руб. Определить, чему равна прибыль турфирмы.

**Задача 7.**

Определите ожидаемую рентабельность собственных средств с учетом эффекта финансового рычага, если в результате инвестирования средств в капитальные вложения в размере 2800 млрд. руб. планируется получить прибыль в размере 500 млрд. руб.

**Задача 8.**

Определить рентабельность деятельности турфирмы, если известно, что в первом полугодии было продано 2 тыс. путевок по цене 5000 руб. за одну единицу. Во втором полугодии было продано 2,5 тыс. путевок по той же цене. Переменные затраты на производство одной путевки составили 3350 руб.

**3.3 Оценочные средства для проверки результатов освоения программы профессионального модуля по практике**

**Общие положения**

Целью проверки результатов освоения программы профессионального модуля по учебной и (или) производственной практике является оценка профессиональных и общих компетенций, практического опыта и умений.

Аттестация по итогам учебной практики проводится на основании результатов ее прохождения, отраженных в аттестационном листе учебной практики.

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих организаций (наличие положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и университета об уровне освоения профессиональных компетенций; наличие положительной характеристики на обучающегося по освоению общих компетенций и профессиональных компетенций в период прохождения практики; наличие дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на практику).

**Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю**

**Перечень видов работ учебной практики по МДК.01.01 Технология продаж и продвижение турпродукта**

| Виды работ  | Коды проверяемых результатов | Документ, подтверждающий качество выполнения работ |
|---|------------------------------|--|
|   | У                            |  |
| 1. Изучение основных правил техники безопасности  | У1                           | аттестационный лист о прохождении практики         |
| 2. Принципы работы маркетинговых служб в туристской фирме. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению турпродукта. | У1-У20                       |  |
| 3. Система продвижения и реализации турпродукта. Средства рекламы.  | У1-У20                       |  |
| 4. Система продвижения и реализации турпродукта. Виды рекламных продуктов.  | У1-У20                       |  |
| 5. Система продвижения и реализации турпродукта. Технология развития туристского продукта и проведение рекламных мероприятий.         | У1-У20                       |  |

|   |        |  |
|---|--------|--|
| 6. Нестандартные методы и приемы продвижения турпродукта. | У1-У20 |  |
| Дифференцированный зачет.                                 |        |  |

**Перечень видов работ учебной практики по МДК 0102 ТЕХНОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРАГЕНТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

| Виды работ   | Коды проверяемых результатов | Документ, подтверждающий качество выполнения работ |
|--|------------------------------|--|
|  | У                            |  |
| 1. Изучение основных правил техники безопасности.                          | У1                           | аттестационный лист о прохождении практики         |
| 2. Туристский продукт.   | У1-У20                       |  |
| 3. Виды турагентской деятельности.   | У1-У20                       |  |
| 4. Функции турагента   | У1-У20                       |  |
| 5. Бронирование и реализация туров   | У1-У20                       |  |
| 6. Цена турпродукта. Расчет стоимости турпродуктов по заявкам потребителей | У1-У20                       |  |
| Дифференцированный зачет.  |                              |  |

**Перечень видов работ производственной практики (по профилю специальности) по ПМ 01 Предоставление турагентских услуг**

| Виды работ  | Коды проверяемых результатов                                   |               |  | Документ, подтверждающий качество выполнения работ |
|---|--|---------------|--|--|
|   | ПК   | ОК            | ПО   |  |
| 1. Ознакомление с правилами охраны труда и техники безопасности. Прохождение инструктажа. | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3<br>ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6<br>ПК1.7 | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3<br>ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6 | аттестационный лист о прохождении практики         |
| 1. Общее знакомство с учреждением и рабочими местами практики                             | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3<br>ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6<br>ПК1.7 | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3<br>ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6 |  |
| 2. Технология организации работы структурного подразделения компании                      | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3<br>ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6<br>ПК1.7 | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3<br>ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6 |  |
| 3. Технология организации работы структурного подразделения компании                      | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3                                     | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3                        |  |

|  |  |               |  |
|--|--|---------------|--|
|  | ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6<br>ПК1.7                               |               | ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6                        |
| 4. Технология организации работы структурного подразделения компании | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3<br>ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6<br>ПК1.7 | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3<br>ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6 |
| 5. Технология организации работы структурного подразделения компании | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3<br>ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6<br>ПК1.7 | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3<br>ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6 |
| 6. Технология организации работы структурного подразделения компании | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3<br>ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6<br>ПК1.7 | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3<br>ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6 |
| 7. Технология организации работы структурного подразделения компании | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3<br>ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6<br>ПК1.7 | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3<br>ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6 |
| 8. Технология организации работы структурного подразделения компании | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3<br>ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6<br>ПК1.7 | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3<br>ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6 |
| 9. Планирование деятельности структурного подразделения              | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3<br>ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6<br>ПК1.7 | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3<br>ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6 |
| 10. Планирование деятельности структурного подразделения             | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3<br>ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6          | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3<br>ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6 |

|   |  |               |  |  |
|---|--|---------------|--|--|
|   | ПК1.7  |               |  |  |
| 11. Обработка фактического материала.             | ПК 1.1<br>ПК 1.2<br>ПК 1.3<br>ПК1.4<br>ПК1.5<br>ПК1.6<br>ПК1.7 | ОК 1-<br>ОК 9 | ПО1,<br>ПО2,<br>ПО3<br>ПО4,<br>ПО5,<br>ПО6 |  |
| 12. Анализ выполненной работы. Оформление отчета. |  | ОК 1-<br>ОК 9 |  |  |
| Дифференцированный зачет.                         |  |               |  |  |

**Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету по практике  
МДК0101 Технология продаж и продвижение турпродукта,**

1. Особенности турпродукта, характеризующие специфику его продаж.
2. Понятие продаж и их виды в туризме
3. Функциональное назначение и структура отдела продаж (реализации турпродукта) турфирмы.
4. Функциональное назначение и структура отдела рекламы и продвижения турпродукта турфирмы
5. Алгоритм процесса продажи турпродукта в офисе турфирмы.
6. Техники продаж и психологические приемы воздействия на потенциальных клиентов (туристов)
7. Информационное обеспечение клиента как основа содействия правильного потребительского выбора.
8. Договор о реализации турпродукта с туристом.
9. Туристская путевка. Пакет документов, выдаваемый туристу менеджером по продажам.
10. Правила и особенности ведения телефонных контактов с клиентом как способ стимулирования продаж турфирмы
11. Технология организации интернет-продаж турпродукта.
12. Мобильные технологии стимулирования и осуществления интернет-продаж турпродукта.
13. Туристское обслуживание, его экономическое содержание в туристской деятельности.
14. Функциональные признаки туристской деятельности.
15. Сущность и характеристика договоров в туризме.
16. Принципы государственного регулирования туристской деятельности.
17. Турагент как субъект туристического рынка.
18. Особенности реализации туристского продукта на рынке туруслуг.
19. Современная классификация и виды турагентств.
20. Ответственность туроператора и турагента. Основные различия между туроператором и турагентом.
21. Формы организации сбытовой сети туроператоров.
22. Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг: агентское соглашение, договор комиссии.
23. Формы и особенности договоров между туроператором и турагентом.
24. Личные продажи турпродукта и их особенности.
25. Продажи по телефону и их особенности.
26. Особенности работы с клиентами разных психологических типов.

27. Формирование лояльности клиентов турагентства.
28. Понятие загранпаспорта, виды паспортов: служебный, дипломатический, паспорт моряка, общегражданский заграничный паспорт.
29. Понятие визы, ее виды
30. Способы бронирования туруслуг.

### **Учебная практика по МДК 0102 Технология и организация турагентской деятельности**

1. Государственное регулирование туристской деятельности.
2. Турагент как субъект туристического рынка.
3. Особенности реализации туристского продукта турагентом.
4. Классификация и виды турагентств.
5. Ответственность в туристической деятельности.
6. Основные различия между туроператором и турагентом.
7. Организация сбытовой сети туроператоров.
8. Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг.
9. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта и защита прав туристов.
10. Организация офиса турфирмы турагента.
11. Личные продажи турпродукта и их особенности.
12. Продажи по телефону и их особенности.
13. Особенности работы с клиентами разных психологических типов.
14. Формирование лояльности клиентов турагентства.
15. Документационное оформление взаимоотношений между турагентством и клиентами.
16. Паспортные формальности.
17. Визовые формальности.
18. Причины отказа в оформлении визы
19. Шенгенское соглашение.
20. Условия получения шенгенской визы.
21. Виды шенгенских виз.
22. Страны, въезд в которые разрешен без наличия загранпаспорта.
23. Страны, въезд в которые разрешен по загранпаспорту.
24. Страны, для въезда в которые виза ставиться на границе.
25. Визовые страны для россиян.
26. Бронирование турагентом туров через Интернет.
27. Компьютерные системы бронирования туруслуг.
28. Российские компьютерные системы бронирования.
29. Штрафы за отказ от тура.

| <b>Критерии оценки</b>  |                               |   |
|---|-------------------------------|---|
| Оценка «отлично» выставляется студенту, если выполнены следующие условия: | «отлично» студенту, выполнены | - наличие положительного аттестационного листа по учебной практике;<br>- высокий уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (ее целей, задач, содержания, методов); высокая степень и качество приобретенных студентом за время прохождения практики первоначального практического опыта и умений; |

|   |   |
|---|---|
|   | - высокий уровень его профессиональной подготовки.  |
| Оценка «хорошо» выставляется студенту, если выполнены следующие условия:            | - наличие положительного аттестационного листа по учебной практике;<br>- хороший уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (ее целей, задач, содержания, методов); хорошая степень и качество приобретенных студентом за время прохождения практики первоначального практического опыта и умений;<br>- хороший уровень его профессиональной подготовки.               |
| Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если выполнены следующие условия: | - наличие положительного аттестационного листа по учебной практике;<br>- удовлетворительный уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (ее целей, задач, содержания, методов); степень и качество приобретенных студентом за время прохождения практики первоначального практического опыта и умений;<br>- удовлетворительный уровень его профессиональной подготовки. |
| Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, при условиях:                   | - отсутствие аттестационного листа по учебной практике;<br>- низкий уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (ее целей, задач, содержания, методов); низкая степень и качество приобретенных студентом за время прохождения практики первоначального практического опыта и умений;<br>- низкий уровень его профессиональной подготовки.                              |

### **Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ 01 Предоставление турагентских услуг**

1. Техники продаж и психологические приемы воздействия на потенциальных клиентов (туристов)
2. Информационное обеспечение клиента как основа содействия правильного потребительского выбора.
3. Договор о реализации турпродукта с туристом.
4. Туристская путевка. Пакет документов, выдаваемый туристу менеджером по продажам.
5. Правила и особенности ведения телефонных контактов с клиентом как способ стимулирования продаж турфирмы
6. Технология организации интернет-продаж турпродукта.
7. Мобильные технологии стимулирования и осуществления интернет-продаж турпродукта.
8. Туристское обслуживание, его экономическое содержание в туристской деятельности.
9. Функциональные признаки туристской деятельности.



10. Сущность и характеристика договоров в туризме.
11. Принципы государственного регулирования туристской деятельности.
12. Турагент как субъект туристического рынка.
13. Особенности реализации туристского продукта на рынке туруслуг.
14. Современная классификация и виды турагентств.
15. Ответственность туроператора и турагента. Основные различия между туроператором и турагентом.
16. Формы организации сбытовой сети туроператоров.
17. Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг: агентское соглашение, договор комиссии.
18. Формы и особенности договоров между туроператором и турагентом.
19. Личные продажи турпродукта и их особенности.
20. Продажи по телефону и их особенности.
21. Особенности работы с клиентами разных психологических типов.
22. Организация сбытовой сети туроператоров.
23. Договоры по продвижению и реализации турпродукта на рынке услуг.
24. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта и защита прав туристов.
25. Организация офиса турфирмы турагента.
26. Личные продажи турпродукта и их особенности.
27. Продажи по телефону и их особенности.
28. Особенности работы с клиентами разных психологических типов.
29. Формирование лояльности клиентов турагентства.
30. Документационное оформление взаимоотношений между турагентством и клиентами.
31. Паспортные формальности.
32. Визовые формальности.
33. Причины отказа в оформлении визы
34. Шенгенское соглашение.
35. Условия получения шенгенской визы.
36. Виды шенгенских виз.
37. Страны, въезд в которые разрешен без наличия загранпаспорта.
38. Страны, въезд в которые разрешен по загранпаспорту.
39. Страны, для въезда в которые виза ставится на границе.
40. Визовые страны для россиян.
41. Бронирование турагентом туров через Интернет.
42. Компьютерные системы бронирования туруслуг.
43. Российские компьютерные системы бронирования.
44. Штрафы за отказ от тура.
45. Документационное оформление взаимоотношений между турагентством и клиентами.

| <b>Критерии оценки</b>  |  |  |
|---|--|--|
| Оценка «отлично» выставляется студенту, если выполнены следующие условия: | - наличие положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и университета об уровне освоения профессиональных компетенций; | - наличие положительной характеристики на обучающегося по освоению общих и профессиональных компетенций в период прохождения практики; |
|   | - полнота и своевременность представления дневника практики, отчета по практике в соответствии с заданием на   |  |

|  |   |
|--|---|
|  | <p>практику руководителю от образовательной организации для ознакомления и проверки;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- высокий уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (ее целей, задач, содержания, методов); высокая степень и качество приобретенных студентом за время прохождения практики практического опыта;</li> <li>- высокий уровень его профессиональной подготовки;</li> <li>- собран значительный материал для написания отчета по практике.</li> </ul>  |
| <p>Оценка «хорошо» выставляется студенту, если выполнены следующие условия:</p>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и университета об уровне освоения профессиональных компетенций;</li> <li>- наличие положительной характеристики на обучающегося по освоению общих и профессиональных компетенций в период прохождения практики;</li> <li>- полнота и своевременность представления дневника практики, отчета по практике в соответствии с заданием на практику руководителю от образовательной организации для ознакомления и проверки;</li> <li>- хороший уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (ее целей, задач, содержания, методов); хорошая степень и качество приобретенных студентом за время прохождения практики практического опыта;</li> <li>- хороший уровень его профессиональной подготовки;</li> <li>- собран значительный материал для написания отчета по практике.</li> </ul> |
| <p>Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если выполнены следующие условия:</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и университета об уровне освоения профессиональных компетенций;</li> <li>- наличие положительной характеристики на обучающегося по освоению общих и профессиональных компетенций в период прохождения практики;</li> <li>- недостаточная полнота и несвоевременность представления дневника практики, отчета по практике в соответствии с заданием на практику руководителю от образовательной организации для ознакомления и проверки;</li> <li>- удовлетворительный уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (ее целей, задач, содержания, методов); удовлетворительная степень и</li> </ul>   |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>качество приобретенных студентом за время прохождения практики практического опыта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- удовлетворительный уровень его профессиональной подготовки;</li> <li>- собран незначительный объем информации для написания отчета по практике.</li> </ul>   |
| <p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, при условиях:</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- отсутствие аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и университета об уровне освоения профессиональных компетенций;</li> <li>- отрицательная характеристика на обучающегося по освоению общих и профессиональных компетенций в период прохождения практики;</li> <li>- несвоевременность представления дневника практики, отчета по практике в соответствии с заданием на практику руководителю от образовательной организации для ознакомления и проверки;</li> <li>- низкий уровень теоретического осмысления студентом своей практической деятельности (ее целей, задач, содержания, методов); низкая степень и качество приобретенных студентом за время прохождения практики практического;</li> <li>- низкий уровень его профессиональной подготовки;</li> <li>- отсутствие отчета по практике.</li> </ul> |

### 3.4 Контрольно-оценочные материалы для сдачи экзамена квалификационного

#### Оцениваемые компетенции:

- ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
- ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах
- ПК 1.3. Воздействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.
- ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
- ПК 1.5. Оформлять турпакет(турпутевки, ваучеры, страховые полисы)
- ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю
- ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности
- ОК 01. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней интерес.
- ОК 02. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 03. Принимать решения в стандартных и не стандартных ситуациях и нести за них ответственность.

- ОК 04. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.
- ОК 05. Использовать информационно-коммуникационные технологии профессиональной деятельности.
- ОК 06. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 07. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 08. Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 09. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

## Выполнение комплексного практического задания<sup>1</sup>

| Содержание задания   | Оцениваемые компетенции   | Показатели оценки результата  |
|--|---|---|
| <p><b>1. Подобрать пакетный тур в соответствии с заказом клиента.</b></p> <p><i>Уважаемые сотрудники туристского агентства «Экспресс-тур», не могли бы Вы подобрать нам тур.</i></p> <p><i>20 мая состоится знаменательное для всей нашей семьи событие – свадьба сына. Я хотел бы порадовать молодых, подарив им незабываемое свадебное путешествие на один из зарубежных морских курортов. Мы бы хотели, чтобы молодоженов разместили в специальных номерах, в программе тура были предусмотрены романтические сюрпризы, уникальная свадебная церемония (об этом мечтает невеста). Хорошо, если помимо морских развлечений ребята смогут ознакомиться с историей и культурой страны временного пребывания. Надеюсь, что благодаря Вашей помощи свадьба и медовый месяц моего сына станут поистине запоминающимися и уникальными.</i></p> <p><i>Сориентируйте меня по</i></p> | <p>ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.</p> <p>ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.</p> <p>ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.</p> <p>ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.</p> <p>ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).</p> <p>ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.</p> <p>ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.</p> <p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Представление информации о стране пребывания</li> <li>– Предоставление информации о действующем туроператоре, формирующем заданное направление</li> <li>– Наличие данного пакетного тура в системе подбора туроператора</li> <li>– Предоставление информации о страховании</li> <li>– Предоставление информации о цели поездки в соответствии с видом туризма</li> <li>– Предоставление информации о сроках поездки</li> <li>– Предоставление информации о визовом обслуживании</li> <li>– Предоставление информации о продолжительности поездки</li> <li>– Предоставление информации о составе и возрасте туристов</li> <li>– Предоставление информации о средстве размещения</li> <li>– Предоставление информации о типе питания</li> <li>– Представление информации о транспортном обслуживании программных мероприятий тура (переездах по маршруту)</li> <li>– Предоставление информации о транспортных услугах</li> </ul> |

<sup>1</sup> Комплексное практическое задание будет представлено на экзамене в количестве вариантов, соответствующем количеству студентов.

|  |   |  |
|--|---|--|
| <p><i>ценам и предложениям, помогите выбрать оптимальный вариант и надежного туроператора.</i></p> <p><i>С уважением Димитриадис Георгий Васильевич.</i></p> | <p>выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> |  |
| <p><b>2. Оформить коммерческое предложение на поездку</b></p>  | <p>ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.</p> <p>ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.</p> <p>ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.</p> <p>ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.</p> <p>ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).</p> <p>ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.</p> <p>ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.</p> <p>ОК 1. Понимать сущность и социальную</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Соблюдение культуры деловой переписки</li> <li>– Выбор и обоснование оптимальных предложений по запросу клиента</li> <li>– Выбор и обоснования курорта или места пребывания для совершения путешествия</li> <li>– Выбор и обоснование оптимальных дат и продолжительности для организации путешествия</li> <li>– Выбор и обоснование условий авиа перелета (переезда) по заказу клиента</li> <li>– Наличие информации по описанию средств и условий размещения с указанием не менее 2-х активных ссылок</li> <li>– Выбор и обоснование условий питания</li> <li>– Наличие информации о визовом обслуживании, стоимости визовых услуг</li> </ul> |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | <p>значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> | <p>– Наличие информации по рекомендуемым экскурсиям, досуге и развлечениям</p> <p>проявление интереса к будущей профессии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня;</li> <li>- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.</li> </ul> <p>–</p> |
| <p><b>3. Заполнение договора между турагентом и клиентом</b></p> | <p>ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.</p> <p>ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.</p> <p>ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по</p>   | <p>проявление интереса к будущей профессии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня;</li> <li>- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.</li> </ul>   |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>реализации и продвижению туристского продукта.</p> <p>ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.</p> <p>ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).</p> <p>ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.</p> <p>ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.</p> <p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> |  |
|--|---|--|



|   |   |   |
|---|---|---|
|   | <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>   |   |
| <p><b>4. Составление калькуляции стоимости туристского продукта</b></p> | <p>ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.</p> <p>ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.</p> <p>ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.</p> <p>ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.</p> <p>ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).</p> <p>ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю.</p> <p>ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности.</p> <p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного</p> | <p>– Предоставление базовой стоимости туристского продукта</p> <p>– Предоставление калькуляции обязательных доплат по туру</p> <p>– Представление механизма конвертации валют</p> <p>– Предоставление калькуляции дополнительных услуг</p> <p>– Расчет прибыли турагентства в соответствии с базовой комиссией туроператора</p> <p>проявление интереса к будущей профессии;</p> <p>- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня;</p> <p>- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.</p> <p>–</p> |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | <p>выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> |  |
|--|---|--|

**Условия**

1. Студенты могут воспользоваться калькуляторами, производственными календарями, нормативно-справочными материалами.

2. Критерии оценки:

«отлично» - теоретическое содержание профессионального модуля освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные рабочей программой задания выполнены;

«хорошо» - теоретическое содержание профессионального модуля освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, все предусмотренные рабочей программой задания выполнены, некоторые из выполненных заданий содержат незначительные ошибки.

«удовлетворительно» - теоретическое содержание профессионального модуля освоено частично, но пробелы не носят систематического характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство, предусмотренных рабочей программой заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

«неудовлетворительно» - теоретическое содержание профессионального модуля не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство, предусмотренных рабочей программой заданий не выполнено.

# **1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций.**

## **1.1 Критерии оценки знаний студентов на экзамене (дифференцированном зачете)**

Оценки "отлично" заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "отлично" выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Оценки "хорошо" заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка "хорошо" выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценки "удовлетворительно" заслуживает студент, обнаруживший знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "удовлетворительно" выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.