

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 25.12.2024 12:39:07

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

УТВЕРЖДАЮ

Начальник

учебно-методического управления

Платонова Т.К.

«25» июня 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины
Туроперейтинг**

Направление 43.03.02 Туризм

Направленность 43.03.02.01 Туроператорская и турагентская деятельность

Для набора 2024 года

Квалификация
Бакалавр

КАФЕДРА Антикризисное и корпоративное управление**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>. <Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	16			
Неделя	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64	64	64	64
Сам. работа	44	44	44	44
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 25.06.2024 г. протокол № 18.

Программу составил(и): к.э.н., доц., Воловик М.Е.

Зав. кафедрой: к.э.н., доц. Синюк Т.Ю.

Методический совет направления: д.э.н., профессор Суржиков М.А.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	формирование у обучающегося теоретических и практических знаний в области туристического менеджмента, необходимых для организации комплексного туристского обслуживания в основных сферах туризма.
-----	--

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-4: Способен организовать процесс обслуживания потребителей, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные методы диагностики потребителя, этапы разработки туристских программ, а также особенности туристского обслуживания. (соотнесено с индикатором ПК-4.1)

Уметь:

- планировать процесс формирования туристского продукта с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий (соотнесено с индикатором ПК-4.2)

Владеть:

- организовывать процесс формирования туристского продукта с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий (соотнесено с индикатором ПК-4.3)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Тема 1. Теоретические основы туристического менеджмента

№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
1.1	Тема 1.1. Характеристика общих функций менеджмента. Особенности управления в туризме. Виды и функции менеджмента. Менеджмент как цикл. / Лек /	4	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.2	Тема 1.1. Характеристика общих функций менеджмента. Особенности управления в туризме. Виды и функции менеджмента. Менеджмент как цикл. / Пр /	4	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.4
1.3	Тема 1.2. Правовые основы туристской деятельности. Основные положения ФЗ-132 «Об основах туристской деятельности». / Лек /	4	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.4
1.4	Тема 1.2. Правовые основы туристской деятельности. Основные положения ФЗ-132 «Об основах туристской деятельности». / Пр /	4	2	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.4
1.5	Тема 1.3. Туристский комплекс как объект управления. Подходы к определению "туризм". Свойства туристского рынка. Национальный туристский продукт / Лек /	4	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.4
1.6	Тема 1.3. Туристский комплекс как объект управления. Подходы к определению "туризм". Свойства туристского рынка. Национальный туристский продукт / Пр /	4	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.4
1.7	Тема 1.4. Современное состояние мирового и российского туристского рынка. Индустрия туризма как отрасль экономики. Создание региональных туристских проектов с целью развития внутреннего туризма / Лек /	4	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.4
1.8	Тема 1.4. Современное состояние мирового и российского туристского рынка. Индустрия туризма как отрасль экономики. Создание региональных туристских проектов с целью развития внутреннего туризма / Пр /	4	4	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.4
1.9	Управление персоналом туристского предприятия. Мотивация. Теории мотивации. Потребности, вознаграждения и их виды. Элементы системы мотивации труда. Действия кадровой службы для мотивирования труда на предприятиях туризма. Сущность стимулирования, его виды. Понятие персонала туристского предприятия. / Ср /	4	11	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.4
1.10	Организация работы по управлению предприятием туристского комплекса. Организационная структура туристского предприятия. Понятие структуры управления туристским предприятием. Элементы структуры управления: звенья, уровни, горизонтальные и вертикальные связи. Виды организационных структур управления туристским предприятием.	4	11	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.4

	Основные этапы проектирования организационной структуры туристского предприятия. / Ср /				
Раздел 2. Тема 2. Формирование, реализация и продвижение туристского продукта					
№	Наименование темы / Вид занятия	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
2.1	Тема 2.1. Основы формирования тура. Этапы формирования тура. Виды туров. Планирование, разработка и реализация туристского продукта. / Лек /	4	4	ПК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.2	Тема 2.1. Основы формирования тура. Этапы формирования тура. Виды туров. Планирование, разработка и реализация туристского продукта. / Пр /	4	4	ПК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.3	Тема 2.2. Туроператор как субъект туристского рынка. Виды туроператоров. функции туроператоров. Условия осуществления туроперейтинга в РФ. / Лек /	4	4	ПК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.4	Тема 2.2. Туроператор как субъект туристского рынка. Виды туроператоров. функции туроператоров. Условия осуществления туроперейтинга в РФ. / Пр /	4	4	ПК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.5	Тема 2.3. Жизненный цикл туристского продукта. Ассортимент туристского продукта. / Лек /	4	2	ПК-4	Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.6	Тема 2.3. Жизненный цикл туристского продукта. Ассортимент туристского продукта. / Пр /	4	2	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.7	Тема 2.4. Ценообразование туристского продукта. Особенности ценообразования в туризме. Ценовая политики туристского предприятия. Факторы, влияющие на ценообразование. / Лек /	4	4	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.8	Тема 2.4. Ценообразование туристского продукта. Особенности ценообразования в туризме. Ценовая политики туристского предприятия. Факторы, влияющие на ценообразование. / Пр /	4	4	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.9	Тема 2.5. Поставщики услуг туристского продукта. Схемы взаимодействия туроператора с поставщиками услуг. / Лек /	4	2	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.10	Тема 2.5. Поставщики услуг туристского продукта. Схемы взаимодействия туроператора с поставщиками услуг. / Пр /	4	2	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.11	Тема 2.6. ИТ в туристском менеджменте. Информационные технологии в туроперейтинге, основные тренды, их развитие и влияние на управление на туристском предприятии. / Лек /	4	2	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.12	Тема 2.6. ИТ в туристском менеджменте. Информационные технологии в туроперейтинге, основные тренды, их развитие и влияние на управление на туристском предприятии. / Пр /	4	2	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.13	Деловая репутации и фирменный стиль туроператора. Политика укрепления деловой репутации туроператора. Мероприятия по формированию деловой репутации. Имидж и деловая репутация: сходство и различие понятий. Фирменный стиль туроператора: цели, технологии создания и развития. Брендинг как конкурентная технология туроперейтинга. Управление лояльностью персонала для укрепления конкурентоспособности фирмы. / Ср /	4	11	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.14	Оценка качества и этапы коммерциализации туристского продукта. Общий подход к оценке качества туристского продукта. Потребительская стоимость туристского продукта. Стандарты качества для оценки потенциала туристского продукта. Оценка потенциального спроса на туристский продукт. / Ср /	4	11	ПК-4	Л1.1, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4
2.15	/ Экзамен /	4	36	ПК-4	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л2.4

4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
---------	----------	-------------------	----------

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Голова О. Б.	Менеджмент туризма: практ. курс	М.: Финансы и статистика, 2007	20
Л1.2	Мотышина М. С., Большаков А. С., Михайлов В. И.	Менеджмент туризма: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/517198 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Ильина Е. Н.	Туроперейтинг : стратегия и финансы: учеб. для вузов	М.: Финансы и статистика, 2005	30
Л2.2	Ильина Е. Н.	Туроперейтинг: организация деятельности: Учеб.	М.: Финансы и статистика, 2001	24
Л2.3	Буйленко, В. Ф.	Инновации в социально-культурном сервисе и туризме: учебное пособие	Краснодар: Южный институт менеджмента, 2008	https://www.iprbookshop.ru/9587.html неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.4		Лидерство и менеджмент: научно-практический журнал: журнал	Москва: Креативная экономика, 2015	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561493 неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

ИСС КонсультантПлюс

ИСС Гарант

База статистических данных Росстата <http://www.gks.ru/>

Ассоциация туроператоров России <https://www.atorus.ru>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» <http://ecsocman.hse.ru><https://tourism.gov.ru/>

5.4. Перечень программного обеспечения

Операционная система РЕД ОС

Libre Office

5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения:

- столы, стулья;
- персональный компьютер / ноутбук (переносной);
- проектор;
- экран / интерактивная доска.

Помещения для всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения: столы, стулья; персональный компьютер / ноутбук (переносной); проектор, экран / интерактивная доска.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания
ПК-4: Способен организовать процесс обслуживания потребителей на основе нормативно-правовых актов, с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий			
З основные методы диагностики потребителя, этапы разработки туристских программ, а также особенности туристского обслуживания	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	<i>Т – тесты (1-20)</i> <i>П- презентации (1-40)</i> <i>ВЭ (вопросы к экзамену 1-39)</i>
У планировать процесс формирования туристского продукта с учетом запросов потребителей и применением клиентоориентированных технологий	поиск и сбор необходимой литературы, использование различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	полнота и содержательность ответа; умение приводить примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	<i>К – кейс</i> <i>П – презентации (1-40)</i> <i>ВЭ (вопросы к экзамену 1-39)</i>
В организовывать процесс формирования туристского продукта с учетом запросов потребителей и применением	поиск и сбор необходимой литературы, использование	полнота и содержательность ответа; умение приводить	<i>ПЗ – практические задания (1-2)</i>

клиентоориентированных технологий	различных баз данных, использование современных информационно-коммуникационных технологий и глобальных информационных ресурсов	примеры; умение отстаивать свою позицию; умение пользоваться дополнительной литературой при подготовке к занятиям	<i>Д – деловая игра ВЭ (вопросы к экзамену 1-39)</i>
-----------------------------------	--	---	--

1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале

Экзамен:

- 84-100 баллов (оценка «отлично»)
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»)
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»)
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»).

2 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

Вопросы к экзамену

1. Раскройте сущность и содержание понятия «менеджмент». Опишите виды и функции менеджмента.
2. Какова сущность понятия «туроператор», типы туроператоров.
3. Дайте характеристику особенностей турпродукта, раскройте его структуру.
4. Охарактеризуйте процесс планирования туров.
5. Опишите, что понимают под внешней средой туристского бизнеса.
6. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами.
7. Охарактеризуйте внутреннюю среду туристского бизнеса. Проанализируйте факторы внутренней среды.
8. Опишите функции туроператоров.
9. Раскройте понятия миссии и цели туристского предприятия.
10. Схемы взаимодействия туроператора с поставщиками услуг
11. Охарактеризуйте роль туризма в экономике страны.
12. Опишите процесс выбора партнеров-поставщиков услуг туристского продукта.
13. Раскройте понятие туристского рынка.
14. Особенности формирования ценовой политики организации туристской индустрии.
15. Проанализируйте деятельность основных международных организаций в сфере туризма.
16. Раскройте понятие «турагент» и его функции.
17. Опишите виды современного туризма.
18. Формы взаимодействия туроператора с турагентами.
19. Охарактеризуйте факторы, влияющие на туристический рынок.
20. Охарактеризуйте структуру организации и управления туристической фирмы.
21. В чем сущность сегментации туристского рынка.
22. Раскройте сущность понятия «имидж туристической фирмы».

23. В чем сущность государственного регулирования туристической деятельности в РФ.
24. Перечислите виды туристских услуг. Охарактеризуйте специфические особенности туристской услуги.
25. В чем сущность международного регулирования туристической деятельности.
26. Объясните процесс выбора тура, мотивы выбора тура. Охарактеризуйте факторы, влияющие на туристские мотивы.
27. Проанализируйте развитие международного туристического рынка.
28. Раскройте понятие организационной структуры управления, ее основные элементы.
29. Проанализируйте развитие российского туристического рынка.
30. Охарактеризуйте содержание, виды и принципы планирования.
31. Дайте характеристику индустрии туризма, субъектов индустрии туризма.
32. Дайте сравнительную характеристику стратегического и текущего планирования.
33. Какова сущность понятия «туроператор», типы туроператоров.
34. Раскройте понятие управленческого решения и его особенности.
35. Охарактеризуйте процесс планирования туров.
36. Раскройте смысл понятия «Мотивация».
37. Опишите тенденции развития мирового гостиничного комплексами.
38. Опишите функции туроператоров.
39. Опишите риски, характерные для предприятий туристского рынка.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» (84-100 баллов) выставляется, если изложенный материал фактически верен, наличие глубоких исчерпывающих знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с поставленными программой курса целями и задачами обучения; правильные, уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, усвоение основной и знакомство с дополнительной литературой;
- оценка «хорошо» (67-83 баллов) - наличие твердых и достаточно полных знаний в объеме пройденной программы дисциплины в соответствии с целями обучения, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала, допускаются отдельные логические и стилистические погрешности, обучающийся усвоил основную литературу, рекомендованную в рабочей программе дисциплины;
- оценка «удовлетворительно» (50-66 баллов) - наличие твердых знаний в объеме пройденного курса в соответствии с целями обучения, изложение ответов с отдельными ошибками, уверенно исправленными после дополнительных вопросов; правильные в целом действия по применению знаний на практике;
- оценка «неудовлетворительно» (0-49 баллов) - ответы не связаны с вопросами, наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Тесты письменные

Выберите один или несколько ответов:

1. Совокупность установленных производителем и/или санкционированных государством норм и правил, соблюдение которых обеспечивает безопасность жизни и здоровья, сохранение имущественных интересов и моральных ценностей человека:
 - а. права потребителей
 - б. модель организации производства услуги
 - в. гарантии предоставления услуги

г. принципы системы качества

2. Туристские формальности включают:

- а. оформление виз;
- б. приобретение авиабилетов.
- в. постановку прививок, необходимых для посещения зарубежных стран;
- г. соблюдение таможенных правил.

3. Перечислите основные виды виз по срокам действия:

- а. мультивиза, временная виза, двукратная виза;
- б. шенгенская виза.
- в. мультивиза, однократная виза.

4. Совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя

- а. качество
- б. привлекательность
- в. оценка
- г. эффективность

5. Гарантии предприятия сферы туризма выступают как:

- а. маркетинговый инструмент
- б. защита от претензий потребителя
- в. инструмент поддержания приверженности клиентов фирме
- г. обязательства перед страховой фирмой

6. Дайте определение паспортно-визовым формальностям:

- а. процедуры, связанные с необходимостью соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, установленного паспортно-визового режима;
- б. процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, правил и условий ввоза и вывоза вещей, товаров и валютных средств.

7. Петля качества - это:

- а. Модель организации производства услуги;
- б. Опросный лист потребителя услуги;
- в. Название программного обеспечения тестирования услуги;
- г. Заключительный документ (акт) проверки предприятия сервиса.

8. Главная детерминанта в формировании турпродукта дестинации

- а. природно-климатические условия
- б. целевая туристская инфраструктура
- в. мотивация потребителей
- г. туристская политика региона

9. Жизненный цикл турпродукта

- а. совпадает с жизненным циклом дестинации
- б. не совпадает с жизненным циклом дестинации

10. Показатели качества услуги

- а. функционального назначения
- б. социального назначения

- в. эргономические показатели
- г. экономические показатели
- д. статистические показатели
- е. показатели сегментации

11. Показатели качества услуги

- а. показатели безопасности
- б. патентно – правовые показатели
- в. показатели стандартизованности
- г. показатели спроса
- д. ценовые показатели
- е. показатели конкурентности

12. Ресурсы улучшения туристского продукта

- а. Устойчивая обратная связь с потребителем
- б. Конкуренция
- в. Повышение квалификации сотрудников
- г. Устойчивый спрос на турпродукт
- д. Получение авторского свидетельства на турпродукт
- е. Реализация эффективной рекламной кампании

13. Спрос на турпродукты характеризуется

- а. Эластичностью
- б. Замещаемостью
- в. Рациональностью выбора
- г. Зависимостью от наличия сертификата качества

14. Сегментация предложения турпродукта

- а. обеспечивает быстрые темпы продаж турпродукта
- б. снижает риски работы турфирмы
- в. ведет к повышению затрат на рекламную продукцию
- г. изменяет технологии работы в паре «агент – оператор»

15. Требования к брендовым турпродуктам дестинации

- а. Аутентичность
- б. Уникальность
- в. Специализация кадров
- г. Соответствие тенденциям развития туризма
- д. Включенность в другие турпродукты дестинации
- е. Поддержка регионального бюджета

16. Визовый режим — это:

- а. условия (правила) получения визы и особый порядок пересечения государственной границы, установленный государством, как в одностороннем порядке, так и на основании договоренностей между государствами.
- б. нормативно-правовые акты РФ, регулирующие отношения в области защиты прав потребителей;
- в. ущемляющие права потребителя режимы, по сравнению с условиями, установленными федеральными законами.

17. Договор о едином визовом и туристском пространстве принят

- а. в Европейском Союзе
- б. в странах БРИК
- в. в Скандинавии

18. Ведущие проблемы внутреннего туризма России
- а. несоответствие качества сервиса мировым стандартам
 - б. неосвоенность туристских ресурсов
 - в. низкий внутренний туристский поток
 - г. жесткая конкуренция туристских фирм
 - д. повышение ставок страхования в сфере туризма

19. Виза — это:

- а. специальное разрешение иностранного правительства на въезд и транзитный проезд через его территорию;
- б. специальное разрешение иностранного правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию;
- в. специальное разрешение иностранного правительства на проживание или транзитный проезд через его территорию.

20. Перечислите основные типы визовых режимов:

- а. «страны с безвизовым режимом», «усложненный визовый режим», «страны шенгенской зоны» и «сложные страны»;
- б. «страны с безвизовым режимом», «упрощенный визовый режим», «страны шенгенской зоны» и «сложные страны».
- в. «страны с безвизовым режимом», «упрощенный визовый режим», «страны шенгенской зоны» и «легкие страны».

Критерии оценки:

оценка «отлично» (15-20 баллов) выставляется обучающемуся, если он ответил правильно на 100-85% заданий теста

оценка «хорошо» (8-14 баллов), если обучающийся ответил на 84-69% заданий теста;

оценка «удовлетворительно» (5-7 баллов), если обучающийся ответил на 68-50% заданий теста

оценка «неудовлетворительно» (0-5 баллов), если обучающийся ответил менее чем на 50% теста.

Практическое задание № 1

Цель: обработка информации по типологии туров и анализ результатов.

Заполните таблицу: в соответствии с указанными типами тура и их целями, приведите по 2 конкретных примера на каждый тип.

Тип тура	Цели туристов	Примеры
Отдых активный	1. Занятие спортом. 2. Приключения. 3. Новые ощущения. 4. Поиск единомышленников	
Отдых пассивный	1. Отдых в экологически благоприятной местности. 2. Наслаждение ландшафтами и природой. 3. Качественный досуг	

Лечение	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отдых в комфортабельных условиях. 2. Диетическое питание. 3. Оздоровление организма 	
Познавательные	<ol style="list-style-type: none"> 1. Знакомства с культурой, обычаями, традициями различных стран и регионов. 2. Расширение кругозора, посещения музеев, театров, выставок. 3. Новые знакомства 	
Обучение за рубежом	Получение сертификата, диплома, лицензии	
Паломнические	<ol style="list-style-type: none"> 1. Совершение обета. 2. Участие в обряде. 3. Духовное самосовершенствование. 4. Поклонение святым местам 	
Тематические	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск и общение с единомышленниками. 2. Расширение кругозора. 3. Обмен опытом 	
Рурал-туры	<ol style="list-style-type: none"> 1. Единение с природой. 2. Поправка здоровья. 3. Употребление экологически чистых продуктов питания. 4. Знакомство с деревенской жизнью 	
Инсентив-туры	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вознаграждение отличившимся работникам. 2. Мотивация к качественному труду. 3. Закалка корпоративного духа 	
Экотуры	<ol style="list-style-type: none"> 1. Единение с природой. 2. Знакомство с представителями флоры и фауны 	
Событийные туры	Участие в событии (концерт, выступление звезд, олимпийские игры)	

Экстрим-туры	1. Риск для жизни или здоровья. 2. Заряд адреналина	
Клубный отдых	1. Отдых «под заказ». 2. Максимальный комфорт и качество обслуживания. 3. Многоцелевые туры (отдых, спорт, экскурсии и т.д.)	

Критерии оценивания:

- «9-10 баллов» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- «6-8 баллов», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- «3-5 балла», если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- «0-2 балла», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Практическое задание № 2

Изучите концепцию жизненного цикла организации, согласно которой ее деятельность проходит 5 основных стадий. Отрадите последовательность основных стадий жизненного цикла организации, укажите цели и охарактеризуйте действия руководства компании на каждом этапе. Для выполнения задания заполните таблицу:

Этап жизненного цикла	Цели туристского предприятия	Действия руководства туристского предприятия

Критерии оценивания:

- «9-10 баллов» выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;
- «6-8 баллов», если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;
- «3-5 балла», если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;
- «0-2 балла», если студент не продемонстрировал знаний основных понятий,

представлений об изучаемом предмете.

Деловая игра

ДЕЛОВАЯ ИГРА «РАЗРАБОТКА ТЕМАТИЧЕСКИХ ПРОГРАММ ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ»

Цель: сформировать умения разрабатывать тематические программы обслуживания с учетом запросов потребителя.

Задание 1: разработать программу обслуживания туристов, используя два подхода к составлению программ (списком услуг и по дням обслуживания).

Ход работы:

1. Провести маркетинговое исследование потребностей в отдыхе потенциальных туристов *(описать текстом)*.
2. Исходя из полученных результатов исследования, разработать идею (замысел) тура *(описать текстом)*.
3. Составить проект программы обслуживания туристов, определив *(заполните Таблицу 1 и «Проект программы обслуживания туристов»)*:
 - маршрут путешествия;
 - продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута;
 - перечень организаций, предоставляющих основные услуги (средства размещения туристов, предприятия питания, перевозчики), дополнительные услуги (экскурсионные организации, экскурсоводы-предприниматели, спортооружения, театры, музеи, и т.д.) – соисполнителей услуги;
 - период предоставления услуг каждым предприятием и организацией с исполнителем услуги;
 - состав экскурсий и достопримечательных объектов;
 - перечень прогулок, комплекса досуговых мероприятий;
 - количество туристов, участвующих в путешествии;
 - виды транспорта для перевозок туристов;
 - необходимого количества транспортных средств;
 - экскурсоводах, гидах-переводчиках, сопровождающих, другом обслуживающем персонале и необходимой дополнительной их подготовки.

4. Составить список партнеров, т.е. организаций, которые будут оказывать услуги туристам по маршруту (*Заполните Таблицу 2*).
5. Разработать технологическую документацию для разработанного тура.
7. Рассчитать примерную стоимость пакета.

Идея (замысел) тура

Изучить потребителей. Сформулировать основную цель и определить тематику тура. Кратко описать услуги.

Отобрать в соответствии с тематикой тура достопримечательности, музеи, интересные места, досугово-развлекательные мероприятия по маршруту путешествия.

Таблица 1

Пункт маршрута	Что посмотреть?	Что посетить?

Проект программы обслуживания туристов

маршрут

продолжительность, вид транспорта, гостиница, тип питания

1. Список услуг

Услуги на туре	Требования к услугам, их характеристика

2. Распределение услуг по дням:

1 день:

2 день

3 день:

В стоимость включено:

Дополнительно оплачивается:

Таблица 2. Список партнеров по маршруту:

№	Наименование организаций	Вид оказываемых услуг

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель туристской организации

наименование туристской организации

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА

Туристской услуги _____ на 20 ____ г.

наименование услуги

Маршрут путешествия:

Продолжительность путешествия (кол-во ночей/дней):

Число туристов в группе (рекомендуемое):

Стоимость путевки (ориентировочная на 1 чел.):

Программа обслуживания туристов по маршруту

Населенные пункты, способы передвижения, время прибытия в пункт и выезда из него	Наименование объектов туристской индустрии, оказывающих услуги размещения и условия размещения	Запланированные туристские услуги. Наименование экскурсий (с перечнем основных объектов показа), туристских прогулок и походов

Визовая поддержка и оформление въездных и выездных документов (перечень организаций, осуществляющих помощь в оформлении документов):

Размещение туристов осуществляется следующими средствами размещения (перечислить наименования, месторасположения, категорию средства размещения и номеров и др. особенности на каждом этапе):

Перевозки осуществляются предприятиями (перечислить наименования предприятий, месторасположение, вид перевозки на каждом этапе, класс обслуживания):

Питание туристов осуществляются предприятиями (перечислить наименования, типы предприятий питания, месторасположение, формы и методы обслуживания туристов):

Экскурсионные услуги (перечислить наименования организаций или индивидуальных предпринимателей виды экскурсий, тематику, экскурсий в каждом пункте по маршруту):

Услуги по организации досуга туристов и др. дополнительные услуги (перечислить наименования предприятий, месторасположение, виды услуг на каждом этапе, категорию обслуживания):

Место подписи руководителей
и печатей предприятий, обслуживающих маршрут

Критерии оценки:

15-20 баллов, если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

10-14 баллов, если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

5-9 баллов, если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

0-4 баллов, если не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.

Кейсовое задание № 1

На туристический рынок Вашего региона выходит крупный туроператор, у которого есть возможность запуска собственной чартерной линии. Учитывая сложившиеся условия местного рынка туроперейтинга (следует сперва определить его преимущества, проблемы, перспективы и т.п.) проанализируйте следующие вопросы:

1. По Вашему мнению, каким профилем необходимо заняться туроператору, чтобы укрепиться на региональном рынке.

2. Какая (или какие) из функций будет для оператора первоочередная, чтобы достичь одной из лидирующих позиций среди местных туроператоров?

Критерии оценки:

15-20 баллов, если принимает активное участие в работе группы, предлагает собственные варианты решения проблемы, выступает от имени группы с рекомендациями по рассматриваемой проблеме либо дополняет ответчика; демонстрирует предварительную информационную готовность в игре

10-14 баллов, если принимает активное участие в работе группы, участвует в обсуждениях, высказывает типовые рекомендации по рассматриваемой проблеме, готовит возражения оппонентам, однако сам не выступает и не дополняет ответчика; демонстрирует информационную готовность к игре

5-9 баллов, если принимает участие в обсуждении, однако собственной точки зрения не высказывает, не может сформулировать ответов на возражения оппонентов, не выступает от имени рабочей группы и не дополняет ответчика; демонстрирует слабую информационную подготовленность к игре

0-4 баллов, если не принимает участия в работе группы, не высказывает никаких суждений, не выступает от имени группы; демонстрирует полную неосведомленность по сути изучаемой проблемы.

Темы презентаций

1. Классификация и виды туризма.
2. Роль туризма в экономике стран мира.
3. Развитие туризма в России.
4. Привлекательность туристических зон России.
5. Виды современного туризма.
6. Социальная сфера как внешняя среда туризма.
7. Технологии, обеспечивающие развитие туризма.
8. История международного туризма.
9. Международный туристский рынок.
10. Основные направления российского выездного туризма.
11. Государственное регулирование туристической деятельности в РФ.
12. Профессиональные стандарты для туризма.
13. Общие проблемы лицензирования и сертификации в сфере туризма.
14. Правовые основы туристической деятельности в РФ.
15. Гражданская ответственность туроператоров перед туристами.
16. Уголовная ответственность работников туроператора.
17. Туристское законодательство зарубежных стран.

18. Туроператорская и турагентская деятельность.
19. Цели, задачи и миссия туристского предприятия.
20. Организационная культура и имидж турфирмы.
21. Анализ слабых и сильных сторон туристского предприятия.
22. Формы взаимодействия туристских фирм и туристических компаний.
23. Источники информации и оценка турпродукта.
24. Разработка и реализация туристского продукта.
25. Бронирование туристского продукта.
26. Организация туристских путешествий на внутренних маршрутах.
27. Организация туристских путешествий на международных маршрутах.
28. Ответственность сторон по договору (жалобы, претензии).
29. Документация в туристической фирме.
30. Пакет документов. Туристская путевка (ТУР-1).
31. Содержание договора с клиентом. Ваучер.
32. Договор на туристское обслуживание.
33. Классификация предприятий, предоставляющих услуги по размещению.
34. Технологическая схема обслуживания туристов в гостинице.
35. Технология и организация питания туристов. Виды питания.
36. Требования к качеству и безопасности питания.
37. Транспортное обслуживание туристов.
38. Транспорт и его роль в туристском обслуживании.
39. Туристско-экскурсионное обслуживание.
40. Меры безопасности туризма.

Критерии оценки:

15-20 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно;

10-14 баллов, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса;

5-9 баллов, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты;

0-4 баллов, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию промежуточной аттестации в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 2. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции;
- практические занятия.

В ходе лекционных занятий рассматриваются темы представленных разделов, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

В ходе практических занятий углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных на лекциях вопросов, структурирующие изучаемые темы курса, даются рекомендации для самостоятельной работы и подготовке к практическим занятиям.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- изучить конспекты лекций;
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить доклад и презентацию по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронно-библиотечными системами. Также обучающиеся могут взять на дом необходимую литературу на абонементе университетской библиотеки или воспользоваться читальными залами.