

Приложение

Министерство образования и науки Российской Федерации
Муромский институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования
**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»**

Кафедра экономики

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой экономики


подпись

Панягина А. Е.
инициалы, фамилия

« 27 » _____ 05 _____ 2016

Основание:

решение кафедры экономики

от « 27 » _____ 05 _____ 2016

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПРИ ИЗУЧЕНИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Технология операторских и агентских услуг

наименование дисциплины

43.03.02 Туризм

код и наименование направления подготовки

Профиль "Технология и организация туроператорских и турагентских услуг"

наименование профиля подготовки

бакалавр

уровень высшего образования

Муром, 2016 г.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств (ФОС) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Технология операторских и агентских услуг» разработан в соответствии с рабочей программой, входящей в ОПОП направления подготовки 43.03.02 Туризм.

№№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Технология туроператорской и турагентской работы	ПК-1	Тест, практические задания
2	Технология разработки и реализации туристского продукта	ПК-1, ОПК-2, ПК-10	Тест, практические задания
3	Технологии обслуживания клиентов	ПК-1, ОПК-2, ПК-10	Тест, практические задания

Фонд оценочных средств по дисциплине «Технология операторских и агентских услуг» предназначен для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям образовательной программы, в том числе рабочей программы дисциплины «Технология операторских и агентских услуг», для оценивания результатов обучения: знаний, умений, владений и уровня приобретенных компетенций.

Фонд оценочных средств по дисциплине «Технология операторских и агентских услуг» включает:

1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:

- комплект заданий репродуктивного уровня для выполнения на лабораторных и практических занятиях, позволяющих оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, распознавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;

- тесты как система стандартизированных знаний, позволяющая провести процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся.

2. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме:

Итогового теста для проведения экзамена

Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины «Технология операторских и агентских услуг» при освоении образовательной программы по направлению подготовки 43.03.02 Туризм:

<i>ОПК-2: способность к разработке туристского продукта</i>		
<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>
особенности и состав туристского продукта	компетентно определять необходимую структуру и содержание туристского продукта	способностью к разработке туристского продукта
<i>ПК-1: владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме</i>		
<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>
туристскую инфраструктуру и роль оператора и агента в ней; основные направления туроператорской и турагентской деятельности; технологии работы туроператора и турагента; теоретические основы проектирования в туризме	планировать туристскую деятельность и разрабатывать технологические процессы по выполнению комплекса туристских услуг; устанавливать деловые отношения с предприятиями туристской индустрии и смежными организациями (транспортные, визовые службы, страховые компании)	основами туроперейтинга и механизмами построения взаимоотношений между туроператорами и контрагентами туристской деятельности; навыками составления договорной документации
<i>ПК-10: готовность к разработке туристского продукта на основе современных технологий</i>		
<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>
современные технологии проектирования, создания и продвижения туристского продукта	использовать современные технологии проектирования, создания и продвижения туристского продукта	навыками проектирования, создания и продвижения туристского продукта с использованием современных технологий

В результате освоения дисциплины «Технология операторских и агентских услуг»

формируется компетенция ОПК-2: способность к разработке туристского продукта;

формируется компетенция ПК-1: владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме;

формируется компетенция ПК-10: готовность к разработке туристского продукта на основе современных технологий.

Показатели, критерии и шкала оценивания компетенций текущего контроля знаний по учебной дисциплине «Технология операторских и агентских услуг»

Текущий контроль знаний, согласно положению о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся (далее Положение) в рамках изучения дисциплины «Технология операторских и агентских услуг» предполагает тестирование, курсовую работу, выполнение заданий по лабораторным работам и выполнение заданий по практическим работам.

Регламент проведения и оценивание тестирования студентов

В целях закрепления практического материала и углубления теоретических знаний по разделам дисциплины «Технология операторских и агентских услуг» предполагается выполнение тестирования студентов, что позволяет углубить процесс познания, раскрыть понимание прикладной значимости осваиваемой дисциплины.

Регламент проведения мероприятия

№	Вид работы	Продолжительность
1.	Предел длительности тестового задания	20 мин.
2.	Предел длительности выполнения практических заданий	25 мин.
	Итого (в расчете на тест)	45 мин.

Критерии оценки тестирования студентов

Оценка выполнения тестов	Критерии оценки
<i>1 балл за правильный ответ на 1 вопрос</i>	<i>правильно выбранный вариант ответа (в случае закрытого теста), правильно вписанный ответ (в случае открытого теста)</i>

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «Технология операторских и агентских услуг»

Рейтинг-контроль 1

Блок 1 «Знать»

1. Укажите три типа туризма:

- а) внутренний
- б) международный
- в) въездной
- г) выездной
- д) национальный
- е) туризм в пределах страны

2. Укажите три категории туризма:

- а) внутренний
- б) международный
- в) въездной
- г) выездной
- д) национальный
- е) туризм в пределах страны

3. Посетители, прибывшие в страну на круизном судне и ночующие на нем, относятся к:

- а) туристам
- б) экскурсантам

4. Путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно, с соблюдением установленных государством норм и правил, относятся к:

- а) социальному туризму

- б) самодеятельному туризму
- в) внутреннему туризму

5. Туроператор занимается созданием, продвижением и реализацией:

- а) туристских товаров
- б) туристских услуг
- в) туристского продукта

6. Что представляют собой «поставщики услуг»?

- а) каналы продвижения турпродукта
- б) каналы реализации турпродукта
- в) предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов.

7. Туристская фирма (организация), занимающаяся комплектацией туров по договорам с поставщиками услуг и в соответствии с потребностями туристов это:

- а) Туроператор
- б) Турбюро
- в) Турклуб
- г) Турагентство

8. Розничный продавец, прибыль которого получается из комиссионных за продажу чужого туристского продукта.

- а) Турагент
- б) Туроператор
- в) Турклуб
- г) Турбюро

9. По виду деятельности туроператоры подразделяются на:

- а) массового рынка и специализированные
- б) внутренние, выездные и принимающие
- в) Инициативные и рецептивные

10. По месту деятельности туроператоры подразделяются на:

массового рынка и специализированные
внутренние, выездные и принимающие
инициативные и рецептивные

11. Операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими операторами или напрямую с туристскими предприятиями.

- а) Рецептивные
- б) Инициативные
- в) Специализированные
- г) Внутренние

12. Туроператоры на приеме, которые комплектуют туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договора с поставщиками услуг

- а) Рецептивные
- б) Инициативные

- в) Специализированные
- г) Внутренние

13. Функциями туроператора не являются:

- а) Строительство гостиниц для размещения туристов
- б) Изучение потребностей потенциальных туристов на туры и туристские программы
- в) Составление перспективных программ обслуживания, туров и апробация их на рынке с целью выявления соответствия потребностям туристов
- г) Рекламно-информационная деятельность для продвижения своего туристского продукта к потребителям

14. Функциями туроператора не являются:

- а) Обслуживание туристов в барах и ресторанах
- б) Продвижение и реализация туров потребителям через систему турагентств.
- в) Контроль за надежностью и качеством обслуживания.
- г) Постоянная оперативная связь с туристами во время обслуживания, решение возникающих вопросов.

15. Функциями туроператора не являются:

- а) Перевозка туристов и багажа к месту временного пребывания
- б) Расчет стоимости тура, трансфера и определение цены с учетом рыночной ситуации. Установление тарифов и цен на свои услуги по комплектации туров разного состава, классности и др.
- в) Обеспечение туристов, путешествующих по маршрутам туров, всеми необходимыми материалами рекламно-сувенирного характера, специальным снаряжением и инвентарем.
- г) Подготовка, подбор и назначение на маршруты кадров, выполняющих функции контакта с туристами, координации и контроля за выполнением программ обслуживания

16. Чем занимаются операторы массового рынка?

- а) Продаются турпакеты с использованием чартерных авиарейсов в места массового туризма.
- б) Специализируются на определенном продукте или сегменте рынка.
- в) Составляют турпакеты с маршрутами в пределах страны проживания.
- г) Базируются в стране пребывания и занимаются обслуживанием туристов.

17. Как называют туроператоров, отправляющих туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими операторами или напрямую с туристским предприятием?

- а) Местные туроператоры
- б) Выездные туроператоры
- в) Тур операторы на приеме
- г) Инициативные туроператоры

18. Что НЕ относится к функции туроператора?

- а) Изучение потребностей потенциальных туристов на туры и туристские программы.
- б) Взаимодействие с поставщиками услуг на договорной основе (с гостиницами, предприятиями питания, транспортными предприятиями и т.д.).

- в) Рекламно-информационная деятельность для продвижения своего туристского продукта к потребителям.
- г) Продвижение и реализация туров исключительно через туроператора.

19. Инициативные туроператоры:

- а) туроператоры, отправляющие туристов за рубеж и в другие регионы своей страны, по договорам с принимающими турфирмами, или напрямую с производителями туристских услуг
- б) туроператоры на приеме
- в) турагентские фирмы

20. Социальный туризм:

- а) путешествия, субсидированные из средств, выделяемых государством на социальные нужды
- б) путешествия, осуществляемые за счет средств спонсорской помощи
- в) путешествия групп туристов, организованные различными предприятиями

21. Основные различия между туроператорами и турагентами:

- а) турагент действует на рынке как различный продавец и его прибыль формируется из комиссионного вознаграждения за продажу чужого туристического продукта
- б) турагент реализует собственные туристский продукт
- в) существенных различий в деятельности нет

22. Туроператорская деятельность представляет собой

- а) Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом
- б) Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом
- в) Деятельность по формированию и продвижению туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом

23. Турагентская деятельность представляет собой

- а) Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
- б) Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
- в) Деятельность по формированию и продвижению туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем

24. Туризм выездной - это

- а) Путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно
- б) Путешествия в пределах Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации
- в) Путешествие лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну

25. Туристская индустрия представляет собой

- а) Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
- б) Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков
- в) Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия

26. Инициативные туроператоры

- а) наиболее активные на рынке туристских услуг туроператорские фирмы
- б) операторские фирмы, специализирующиеся на рынке внутреннего туризма
- в) операторские фирмы, специализирующиеся на рынке въездного туризма
- г) операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) туроператорами или напрямую с предприятиями туристской индустрии

27. К функциям туроператоров относятся

- а) изучение потребностей потенциальных туристов на туристские программы и туры
- б) взаимодействие с поставщиками на туры на договорной основе (гостиницами, предприятиями питания, экскурсионными фирмами и др.)
- в) расчет стоимости тура с учетом ситуации на рынке
- г) продвижение и реализация туров потребителям
- д) разработка законодательной и нормативно-правовой документации

28. В классификацию туристских ресурсов входят

- а) природные
- б) исторические
- в) социально-культурные
- г) лечебно-оздоровительные местности и курорты
- д) транспортные компании

29. Размер финансового обеспечения для туроператорских фирм, осуществляющих деятельность только на внутреннем рынке (согласно Закону РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации») составляет

- а) 300 тысяч рублей
- б) 500 тысяч рублей
- в) от 3 млн. рублей в зависимости от оборота фирмы
- г) 30 млн. рублей
- д) Нет правильного ответа

30. Финансовое обеспечение туроператорских фирм оформляется в виде договора между

- а) рецептивным и инициативным туроператорами
- б) туроператорской фирмой и страховой компанией

- в) туроператорской фирмой и банком
- г) туроператорской фирмой и Российским союзом туриндустрии

31. Срок действия финансового обеспечения не может быть

- а) менее 5 лет
- б) менее года
- в) менее 1 месяца
- г) менее 10 лет
- д) нет правильного ответа

32. Для туроператоров, работающих в сфере внутреннего и въездного туризма, сумма страхования гражданской ответственности должна быть не менее:

- а) 500 тыс. руб.
- б) 1 млн. руб.
- в) 250 тыс. руб.
- г) нет правильного ответа

33. Для туроператоров, работающих в сфере выездного туризма, сумма страхования гражданской ответственности должна быть не менее:

- а) 500 тыс. руб.
- б) 10 млн. руб.
- в) 30 млн. руб.
- г) нет правильного ответа

Блок 2 «Уметь»

1. Чему равен размер финансового обеспечения, отражаемый в договоре страхования гражданской ответственности туроператора или в банковской гарантии (в млн. руб):

А) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере международного туризма _____;

Б) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма _____;

В) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего и международного туризма _____.

2. Туроператор – это _____ (продолжите определение).

3. Турагент – это _____ (продолжите определение).

4. _____ специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров, то есть путешествий граждан своей страны за ее пределы (впишите пропущенные слова).

5. _____ специализируется на разработке, продвижению и организации туров на территории собственной страны для иностранных граждан (впишите пропущенные слова).

6. _____ - вид туроперейтинга, планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт - то есть туры по территории своей страны для своих сограждан (впишите пропущенные слова).

7. _____ – это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями (впишите пропущенные слова).

8. _____ – это туроператоры на приеме, то есть комплектующие туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договоры с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досугово-развлекательными учреждениями и т. д.) (впишите пропущенные слова).

9. Операторы _____ продают большое число турпакетов, в которых часто используются чартерные авиарейсы в определенные места назначения, главным образом в места назначения массового туризма (впишите пропущенные слова).

10. _____ – это туроператоры, специализирующиеся на определенном продукте или сегменте рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма и т.д.) (впишите пропущенные слова).

11. На какие группы можно классифицировать туроператоров по размерам. Ответ представьте письменно.

12. По региону деятельности туроператоры делятся на:
_____ (продолжите предложение).

13. Основными функциями туроператора являются: _____
(продолжите предложение).

14. Основными функциями турагентов являются: _____
(продолжите предложение).

15. _____ – аутгоинговый (инициативный) туроператор, являющийся активным фрахтователем воздушных судов, принадлежащих местным авиакомпаниям (впишите пропущенное слово)

16. _____ – это аутгоинговые (инициативные) туроператоры, форма работы которых не подразумевает фрахт воздушных судов ни на каких условиях (впишите пропущенное слово)

Блок 3 «Владеть»

1. Туристская компания только что зарегистрирована и планирует подавать документы на включение в реестр туроператоров в сфере внутреннего и въездного туризма.

На каком сайте размещен список документов и порядок их подачи на включение в Единый Федеральный реестр туроператоров?

На какую сумму компании необходимо заключить Договор страхования ответственности?

Сколько составит страховая премия в год, если ее ставка 1,5%?

2. Проведите сравнительную характеристику туроператоров и турагентов. Результаты необходимо оформить в виде таблицы

Таблица – Сравнительная характеристика туроператоров и турагентов

Отличительный признак	Туроператор	Турагент
1. Определение в соответствии с ФЗ от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 05.04.2016) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"		
2. Основные функции		
3. Система доходов		
4. Принадлежность к турпродукту		

3. Ответьте письменно на следующий вопрос: «Объясните, может ли инициативный туроператор одновременно быть рецептивным?»

Рейтинг-контроль 2

Блок 1 «Знать»

1. Отношения между туристом и туристской фирмой регулируются следующими документами

- а) Гражданским кодексом РФ
- б) законом РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
- в) законом РФ «О границе»
- г) законом «О защите прав потребителей»
- д) договором с Фирмой
- е) Нет правильного ответа

2. Основным документом, определяющим требования к технологии проектирования туристских услуг, является

- а) ГОСТ Р 50644-2009 – Туристские услуги. Требования к обеспечению безопасности туристов.
- б) ГОСТ Р 50681-2010 – Туристские услуги. Проектирование туристских услуг
- в) Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
- г) ГОСТ Р 53522-2009 – туристские и экскурсионные услуги. Основные положения
- д) нет правильного ответа

3. Выберите правильный ответ: договор о реализации турпродукта – это

- а) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
- б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- в) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии
- г) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента

4. Выберите правильный ответ: туристический ваучер – это

- а) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
- б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- в) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии
- г) документ, на основании которого выдается виза

5. Выберите правильный ответ: страховой полис – это

- а) номерной бланк строгой отчетности, выдаваемый туристу страховой компанией или от лица страховщика уполномоченной турфирмой
- б) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта
- в) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний
- г) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя

6. Выберите правильный ответ: памятка туристу – это

- а) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний
- б) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя
- в) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии
- г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

7. В структуре туристских услуг различают

- а) основные туристские услуги
- б) дополнительные туристские услуги
- в) самостоятельно формируемые туристом услуги в месте временного пребывания
- г) элитарные услуги
- д) практикоориентированные услуги

8. Тур может быть представлен как

- а) взаимодействие предприятий туристской индустрии
- б) отдельная услуга, предоставляемая на основе заявки туриста туроператорской фирмой
- в) формируемый комплекс основных и дополнительных услуг, предоставляемых туристу в зависимости от целей путешествия
- г) буклет, предлагаемый на туристской выставке туроператорской фирмой.

9. Туристские услуги (согласно ГОСТ Р 53522-2009) определяются как

- а) услуги туристских фирм
- б) услуги предприятий туристской индустрии
- в) услуги туристских информационных центров
- г) результат деятельности исполнителя услуги (юридического лица или индивидуального предпринимателя) по удовлетворению потребностей потребителя (туриста) в организации и осуществлении путешествий, отдыха и релаксации

10. Экскурсионные услуги

- а) туристские услуги по подготовке и проведению экскурсий
- б) услуги по разработке маршрута
- в) услуги по сертификации экскурсии
- г) услуги по подготовке гидов-экскурсоводов

11. Экскурсионные услуги включают в себя

- а) услуги по разработке и продвижению туров

- б) услуги по организации и проведению экскурсий
- в) услуги по организации питания
- г) услуги экскурсовода
- д) Услуги гида-переводчика
- е) услуги сопровождающего

12. Инклюзив-туром (ИТ) является

- а) планируемый при поддержке туроператорской фирмы индивидуальный тур
- б) тур с жестким, заранее спланированным (до контакта с клиентом) набором услуг, сориентированным на определенный вид отдыха или туризма
- в) разработанный туроператорской фирмой инновационный тур
- г) разработанный при поддержке государственных «Программ социальной поддержки населения», тур для социально незащищенных граждан РФ

13. 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

14. Групповой тур – это ...

- а) inclusiv tour
- б) package tour
- в) заказной тур

15. Инклюзив-тур – это

- а) Комплексная услуга, включающая в себя весь пакет туристских услуг
- б) Набор отдельных туристских услуг
- в) Тур, включающий в себя только питание и размещение

16. Заказной тур включает в себя

- а) Только питание и размещение
- б) Набор отдельных туристских услуг
- в) Весь пакет туристских услуг

17. Основные особенности индивидуального тура:

- а) Более высокая цена, высокая экономическая эффективность
- б) Более доступные, есть установленный порядок путешествия
- в) Более высокая цена, есть установленный порядок путешествия
- г) Более доступные, высокая экономическая эффективность

18. К преимуществам инклюзив-туров относится:

- а) Высокая степени независимости и самостоятельности, но более дорогая
- б) Наличие услуг, не интересующих клиентов
- в) Комплексная поездка стоит дешевле, чем набор услуг, покупаемых отдельно
- г) Комплектование услуг производится по желанию и при участии туриста

19. Туристский продукт (из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ») - ...

- а) Туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации
- б) Документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты продукта и являющийся бланком строгой отчетности

- в) Комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену по договору о реализации туристского продукта
- г) Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения

20. Что означает аббревиатура ВВ:

- а) размещение +завтрак;
- б) 2-х разовое питание. (завтрак+ужин);
- в) 3-х разовое питание (завтрак+обед+ужин).

21. Основные особенности группового тура:

- а) Более высокая цена, высокая экономическая эффективность
- б) Более доступные, есть установленный порядок путешествия
- в) Более высокая цена, есть установленный порядок путешествия
- г) Более доступные, высокая экономическая эффективность

22. К недостаткам инклюзив-туров относится:

- а) Высокая ступени независимости и самостоятельности, но более дорогая
- б) Наличие услуг, не интересующих клиентов
- в) Комплексная поездка стоит дешевле, чем набор услуг, покупаемых отдельно
- г) Комплектование услуг производится по желанию и при участии туриста

23. Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги называется:

- а) туристская дестинация
- б) каталог услуг
- в) Тур
- г) Туристский продукт

24. Право на тур, предназначенное для реализации туристу

- а) лицензия
- б) аккредитация
- в) Тур
- г) Туристский продукт

25. Пакет услуг тура, скомплектованный по заказу клиента это:

- а) пэкидж-тур
- б) инклюзив-тур
- в) инсентив-тур
- г) эксклюзив-тур

26. Поощрительная поездка за счет турфирмы это:

- а) пэкидж-тур
- б) инклюзив-тур
- в) инсентив-тур
- г) эксклюзив-тур

27. Пакет тура с жестким, заранее определенным, не изменяющимся при продаже набором услуг это:

- а) пэкидж-тур

- б) инклюзив-тур
- в) инсентив-тур
- г) эксклюзив-тур

28. Какие виды туров существуют?

- а) Единичные и групповые
- б) Одиночные и групповые
- в) Индивидуальные и групповые
- г) Индивидуальные и многолюдные

29. Какой тур предоставляет туристу больше независимости и самостоятельности?

- а) Групповой
- б) Индивидуальный
- в) Экскурсионный
- г) Одиночный

30. Какие туры более дешевые и доступны массовому туристу?

- а) Групповые
- б) Индивидуальные
- в) Экскурсионные
- г) Смешанные

31. Что из ниже перечисленного не относится к потребительским свойствам туристического продукта?

- а) Обоснованность
- б) Надежность
- в) Индивидуальность
- г) Эффективность

32. Кто покупает туристический продукт и прибыль формирует из разницы между ценой покупки и ценой продажи?

- а) Турист
- б) Турагент
- в) Туроператор
- г) Тур бюро

33. Кто занимается реализацией тур продукта?

- а) Туроператор
- б) Турист
- в) Турагент
- г) Тур бюро

34. Какой тур называется «Пэкидж-тур»?

- а) Который может быть заказным
- б) Заранее определенный, не изменяющийся при продаже набором услуг
- в) Заранее определенный, но изменяющимся при желании набором услуг
- г) Все перечисленные выше варианты не верны

35. Набор туристских услуг это:

- а) Турпакет

- б) Тур
- в) Программа
- г) Маршрут

36. Турпакет включает в себя услуги:

- а) основные и дополнительные
- б) главные и второстепенные
- в) эконом- и бизнес класса
- г) стандартные и эксклюзивные

37. стандартный набор услуг, продаваемый туристам в одном «пакете».

- а) основной туристский продукт
- б) дополнительный туристский продукт
- в) заказной
- г) индивидуальный

38. Формирование программы и комплектование состава услуг производящиеся по желанию и при непосредственном участии туриста это:

- а) заказной тур
- б) инклюзив тур
- в) пэкидж-тур
- г) инсентив-тур

39. Тур, когда на автобусе группа туристов совершает путешествие по нескольким городам и странам это:

- а) маршрутный тур
- б) чартерный рейс
- в) групповой тур

40. Формирование туристского продукта это

- а) процесс изучения туристского рынка
- б) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (годы) и другие)
- в) разработка вербальной модели тура
- г) изучение спроса и сегментирование рынка

41. Разработка туроперейтинговой программы, как рецептивного так и инициативного туроператоров, начинается с этапа

- а) согласования целей и задач
- б) планирования, цель которого – обеспечить создание привлекательного и конкурентоспособного туристского продукта для массовой реализации на рынке
- в) работы по подготовке персонала и информационного обеспечения
- г) продвижения туристского продукта

42. Первый этап планирования туроперейтинговой программы это

- а) подготовка к переговорам с потенциальными партнерами
- б) расчет стоимости тура
- в) маркетинговые исследования рынка
- г) заключение договоров с поставщиками услуг

43. Для выявления основных параметров рыночного спроса необходимо запланировать на первом этапе следующие виды исследований

- а) определение территориальных границ рынка потребителей
- б) определение социального состава потенциальных потребителей
- в) определение конечной цены туристского продукта
- г) определение возможных объемов и сезонность спроса
- д) изучение экономических факторов, влияющих на спрос

44. Последним этапом в планировании туроперейтинговой программы рецептивного туроператора является

- а) планирование переговоров с авиакомпаниями
- б) планирование системы продвижения туристского продукта
- в) заключение договоров с поставщиками услуг
- г) выбор маршрута и разработка программы тура

45. Основным объектом планирования рецептивного туроператора для разработки новой туроперейтинговой программы является

- а) рекреационно-туристский регион
- б) турист
- в) турагентская фирма
- г) предприятие размещения

46. Нормативной основой для проектирования тура служат следующие документы

- а) ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг
- б) Закон «О защите прав потребителей»
- в) Конституция РФ
- г) Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

47. Основой для проектирования тура должна служить

- а) характеристика предприятий размещения
- б) вербальная модель тура (краткое описание)
- в) ценовая политика фирмы
- г) районная планировка

48. В набор технологической документации для каждого тура обязательно включается

- а) технологическая карта
- б) график загрузки туристского предприятия
- в) информационный листок к путевке туристского путешествия
- г) отчет руководителя туристской группы
- д) программа обслуживания туристов

49. В перечень обязательной информации, включаемой в информационный листок, входит

- а) указание вида и типа туристского путешествия
- б) содержание программы обслуживания на маршруте
- в) информация о возрастных ограничениях
- г) перечень рисков, подлежащих обязательному страхованию

50. Обязательные требования при проектировании тура

- а) точность и своевременность исполнения
- б) соответствие назначению
- в) безопасность жизни и здоровья туристов
- г) сохранность имущества и не нанесение ущерба окружающей среде

Блок 2 «Уметь»

1. Расставьте цифры обозначающие последовательность основных этапов планирования тура:

- а) продвижение тура
- б) выбор категории или класса обслуживания
- в) разработка тура (проектирование тура)
- г) определение дестинации (страны, турцентра или региона)
- д) продажа тура
- е) выбор направления и вида туризма
- ж) маркетинговые исследования рынка
- з) выбор сезона организации путешествий
- и) подготовка и назначение персонала (гидов, инструкторов, аниматоров и пр.)

2. Основные этапы создания тура:

- а) составление набора объектов-ресурсов
- б) определение соответствующего ресурсам набора туруслуг
- в) разработка программы обслуживания
- г) разделение туруслуг на группы (базовые, целевые, сопутствующие)
- д) распределение их по турцентрам
- е) составление маршрута путешествия
- ж) разработка программы тура
- з) разделение туруслуг на основные и дополнительные
- и) проверка программы тура на степень тематической направленности и территориальной разработки
- к) расчет стоимости тура
- л) составление программы сопровождения

3. Основные разделы договорного плана турфирмы по организации тура:

- а) основной предмет договора
- б) срок действия договора
- в) сроки заключения договора
- г) наименование партнеров (поставщиков – исполнителей услуг)
- д) особые сведения
- е) краткая характеристика каждого партнера

4. Договор туроператора с авиакомпанией включает:

- а) договор на квоту мест на регулярных авиарейсах
- б) агентское соглашение
- в) право выступать в качестве кассы авиакомпании
- г) доступ к системе бронирования авиакомпании и право продажи и выписки билетов под туры именно этой компании
- д) чартерный договор

- е) право лишь информировать клиентов о наличии свободных мест на рейсах без права выписки билетов
- ж) превращение в туроператора-оптовика, продающего блоки мест на «свой чартер»

5. Договор туроператора с лечебно-оздоровительным курортом строится на:

- а) доверии «курортного обслуживания» своих туристов партнеру – администрации санатория или курорта (или встречающей стороне)
- б) организации перемещения туристов на курорт и обратно чартерными рейсами, железнодорожными или автобусными перевозками
- в) наличия у туроператора представительства на курорте (как частного лица, так и целого отделения, филиала)
- г) организации досуга туристов
- д) формирования комбинированных туров, лечебная или оздоровительная часть программы которых разрабатывается турфирмой

6. Договор туроператора со средством размещения включает:

- а) квоту мест с гарантией заполнения 30-80% по низкому тарифу
- б) квоту мест без гарантии заполнения по обычному тарифу
- в) твердую закупку мест с полной оплатой по низкому тарифу
- г) квоту мест без гарантии заполнения по низкому тарифу
- д) текущее бронирование на основе обычных тарифов
- е) частичную оплату выделенной квоты мест, независимо от их заполнения

7. В договоре турфирмы и гостиничного предприятия в обязательном порядке должны быть отражены:

- а) тип номеров и необходимое их количество
- б) стоимость номеров и бронирования
- в) продолжительность сезона обслуживания
- г) сроки и продолжительность разового обслуживания
- д) графики заезда туристов
- е) набор требуемых услуг
- ж) количество и тип (форму) туристского питания
- з) обязательная организация и предоставление приветственного завтрака, обеда или ужина
- и) независимо от выбранного туристами типа питания
- к) штрафные санкции по величине и срокам отказа

8. В договоре туроператора и отдельного предприятия общественного питания должны быть отражены:

- а) количество одновременно обслуживаемых туристов
- б) вид питания
- в) примерные варианты меню
- г) свободный выбор туристами блюд
- д) предоставление местных алкогольных или безалкогольных напитков бесплатно или со е) значительной скидкой
- ж) примерные цены
- з) скидки
- и) сроки подачи заявок
- к) штрафные санкции

9. В договоре туроператора с экскурсионной фирмой должны быть отражены:

- а) количество, названия и продолжительность экскурсий
- б) способ передвижения на них (автобусные, теплоходные, железнодорожные, велосипедные или пешеходные)
- в) сроки подачи заявок
- г) цены на экскурсии
- д) язык подачи материала
- е) штрафные санкции
- ж) квалификация экскурсовода
- з) ФИО экскурсовода
- и) день и время начала экскурсии

10. В договоре туроператора с музеем должны быть отражены:

- а) количество, варианты экскурсий и тематика каждой из них
- б) количество экскурсантов в группе
- в) цены на экскурсии (дифференцировано – на групповые и индивидуальные, по возрастам и т.д.)
- г) количество посещений музея с целью самостоятельного осмотра экспозиций и примерный график посещений
- д) продолжительность пребывания туристов в музее во время осмотра
- е) скидки на групповое посещение музея
- ж) организация питания туристов в предприятии общепита музея
- з) сроки подачи заявок
- и) штрафные санкции

11. Договор туроператора с национальным парком должен включать:

- а) графики заезда туристов
- б) варианты посещений, прогулок, экскурсий и тематику каждого из них
- в) количество туристов в группе
- г) цены на каждое заказываемое мероприятие
- д) варианты размещения, типы номеров и необходимое их количество
- е) стоимость номеров и бронирования
- ж) количество и тип (форму) туристского питания
- з) обязательное включение услуг спортивного характера (охоты, рыбалки, сплава, конных маршрутов)
- и) организация пикников и других развлекательных мероприятий
- к) штрафные санкции

12. Договор туроператора со спортивным клубом или курортом, рыболовной или охотничьей базой должен включать:

- а) графики заездов туристов
- б) варианты посещений, охот, рыбалок, спортивных маршрутов и их тематику
- в) количество туристов в группе
- г) цены на каждое заказываемое мероприятие и за размещение
- д) варианты размещения, типы номеров и необходимое их количество
- е) количество и тип (форму) туристского питания
- ж) подтверждение гарантий безопасности для туристов
- з) обязательное предоставление соответствующего оборудования и снаряжения
- и) обязательное предварительное обучение или тренинг
- к) обязательное сопровождение группы инструкторами

л) штрафные санкции

13. Сопоставьте аббревиатуры, обозначающие тип питания, с соответствующими расшифровками:

1. BB
2. AL
3. FB
4. RO, AO, BO

- а) Без питания
- б) Полный пансион (Завтрак+Обед+Ужин)
- в) «Все включено», в том числе спиртные напитки местного производства)
- г) Только завтрак

14. Составьте аббревиатуры, обозначающие тип размещения, с соответствующими расшифровками:

1. DBL
2. DBL+EXB
3. SNGL
4. TRPL

- а) Трое взрослых в номере (на полноценных кроватях)
- б) Одноместный номер
- в) Трое взрослых в номере (третий на дополнительной кровати)
- г) Двухместный номер

15. Сопоставьте аббревиатуры, обозначающие тип питания, с соответствующими расшифровками:

1. HB
2. FB
3. UAL
4. RO

- а) Без питания
- б) «Ультра все включено», в т.ч. спиртные напитки местного и импортного производства
- в) расширенный полный пансион, завтра+обед+ужин
- г) шведский стол, а также напитки полупансион

16. Сопоставьте термины, обозначающие вид из окна номера, с соответствующими расшифровками:

1. Sea view
2. Pool view
3. Garden view
4. ROH
5. Sea Side view (SSV)

- а) Боковой вид на море
- б) Размещение в отеле без уточнения типа номера и вида из окна
- в) Вид на сад

- г) Вид на бассейн
- д) Вид на море

17. Инклюзив-тур – это _____ (продолжите определение).

18. Пэкидж-тур – это _____ (продолжите определение).

19. К основным услугам тура относят: _____ (закончите предложение).

20. В соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» Туристский продукт – это _____ (продолжите предложение).

21. Инсентив-тур – это _____ (продолжите определение).

22. К основным потребительским свойствам туристского продукта относятся:

- 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) целостность - завершенность продукта, его способность полностью удовлетворить туристскую потребность
- д) ясность - потребление продукта, его направленность должны быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу
- е) простота в эксплуатации
- ж) гибкость - способность продукта и системы обслуживания приспособиться к другому типу потребителя и быть невосприимчивым к замене обслуживающего персонала
- з) полезность - способность служить достижению одной или нескольких целей (например, отдых и познание), удовлетворять те или иные потребности туриста
- и) восприимчивость – способность воспринимать туристский продукт

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

24. Охарактеризовать в письменном виде сущность и специфические особенности турпродукта.

25. Перечислите основные недостатки инклюзив-тур. Ответ представьте письменно.

26. Перечислите основные достоинства пэкидж-тура. Ответ представьте письменно.

27. К дополнительным услугам тура относят: _____ (закончите предложение).

Блок 3 «Владеть»

1. Определите поставщиков услуг для организации горнолыжного и конгрессного туров. Мотивируйте свои разработки требованиями к обслуживанию данных категорий туристов.

2. На основании ниже представленного маршрута и программы обслуживания необходимо подготовить технологическую карту.

Фирма, проводящая маршрут, арендует автобус «Мерседес» на 23 посадочных места.

3-дневный тур

1 день

10-00 - выезд на автобусе из Москвы.

13-00 - приезд в Балашиху. Это один из центров народных промыслов. В этом древнем городе издавна занимались кружевоплетением, росписью фарфоровых тарелок с видами города, резьбой по дереву, бисероплетением, художественной строчкой. В Балашихе находятся музеи, где экспонируются эти образцы декоративно-прикладного искусства. Здесь планируется посещение музея кружевоплетения и бисероплетения. Продолжительность- 1,5 часа.

15-00 – обед в столовой.

16-00 - экскурсия в музей росписи фарфора. Продолжительность - 1,5 часа.

17-30 - выезд на автобусе в Павловский Посад. Этот старинный город, бывшее село Вохна - центр художественной росписи тканей. В городе находится выставочный зал, где художники по тканям представляют свои работы. Также создан музей на платочной фабрике с образцами старинных и современных тканей. В Павловском Посаде есть детская художественная школа, в которой продолжают традиции ручной набойки павловского платка.

18.00 - размещение в гостинице Павловского Посада. Гостиница рассчитана на 50 номеров, есть тренажерный зал, крытый бассейн, конференц-зал, бар, ресторан. В стоимость номера входит:

- плата за проживание;
- завтрак, обед, ужин;

20.00 – ужин;

20.00-22.00 - свободное время.

2 день

9.00 - завтрак в гостинице.

10.30 - пешеходная экскурсия в музей на платочной фабрике (2 часа) и в выставочный зал (1 час) с заходом на колокольню Дмитровского собора.

14.00 - обед в гостинице.

15.30 - переезд на автобусе в поселок Ликино-Дулево (рядом с городом Орехово-Зуево), в котором находится завод, выпускающий фарфоровую посуду.

16.30 - приезд в поселок и экскурсия на завод (2 часа). В этом поселке находится небольшой гостиничный комплекс, рассчитанный на 30 человек.

18.30 - переезд на автобусе в Орехово-Зуево и размещение в гостинице, аналогичной Павловско-Посадской. Стоимость включает плату за проживание, ужин и завтрак.

19.00-ужин.

20.30-22.00 - свободное время.

3 день

10.00 - прощальный завтрак в гостинице.

11.30- экскурсия по городу (2 часа).

13.30 - выезд из Орехово-Зуево.

16.00 - приезд в Москву.

3. Составить информационный листок к туристическому путешествию: Фольклорно-этнографический тур по г. Москве на 5 дней.

5-дневный тур

1-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.
09.30 – Обзорная экскурсия по Москве.
14.00 – Обед в ресторане гостиницы «Россия».
15.00 – Экскурсия в Кремль с посещением Оружейной палаты.
19.00 – Ужин в гостинице.
20.00 – Балет в Большом театре (балет «Щелкунчик»).
23.30 – Отдых в ночном клубе «Метелица» (услуга за дополнительную плату).

2-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.
09.30 – Экскурсия по монастырям Москвы.
14.00 – Обед в гостинице.
15.00 – Свободное время.
19.00 – Ужин в гостинице.
20.00 – Прогулка по вечерней Москве.
23.00 – Возвращение в гостиницу.

3-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.
10.00 – Фольклорный праздник в Коломенском.
13.00 – Обед на природе.
15.00 – Экскурсия по Арбату.
19.00 – Ужин в ресторане «Прага».
20.00 – Свободное время.

4-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.
10.00 – Экскурсия в Третьяковскую галерею.
14.00 – Обед в кафе «Остоженка».
15.30 – Фольклорно-этнографический театр.
20.00 – Ужин в гостинице.
21.00 – Спектакль в Большом театре («Кармен»).
00.00 – Свободное время.

5-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.
09.30 – Экскурсия в Сергиев Посад с посещением Троице-Сергиевой лавры.
14.00 – Обед в Сергиевом Посаде.
15.00 – Прогулка по центру Москвы, шопинг.
19.00 – Возвращение в гостиницу. Прощальный ужин. Вручение памятных сувениров.
22.00 – Свободное время.
23.30 – Сбор у гостиницы. Посадка в трансфер.
00.30 – Прибытие в аэропорт «Шереметьево-2».
01.30 – Вылет из Москвы.

4. Составить технологическую карту к туристическому путешествию: Фольклорно-этнографический тур по г. Москве на 5 дней.

5-дневный тур

1-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.
09.30 – Обзорная экскурсия по Москве.
14.00 – Обед в ресторане гостиницы «Россия».
15.00 – Экскурсия в Кремль с посещением Оружейной палаты.
19.00 – Ужин в гостинице.

20.00 – Балет в Большом театре (балет «Щелкунчик»).

23.30 – Отдых в ночном клубе «Метелица» (услуга за дополнительную плату).

2-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.

09.30 – Экскурсия по монастырям Москвы.

14.00 – Обед в гостинице.

15.00 – Свободное время.

19.00 – Ужин в гостинице.

20.00 – Прогулка по вечерней Москве.

23.00 – Возвращение в гостиницу.

3-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.

10.00 – Фольклорный праздник в Коломенском.

13.00 – Обед на природе.

15.00 – Экскурсия по Арбату.

19.00 – Ужин в ресторане «Прага».

20.00 – Свободное время.

4-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.

10.00 – Экскурсия в Третьяковскую галерею.

14.00 – Обед в кафе «Остоженка».

15.30 – Фольклорно-этнографический театр.

20.00 – Ужин в гостинице.

21.00 – Спектакль в Большом театре («Кармен»).

00.00 – Свободное время.

5-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.

09.30 – Экскурсия в Сергиев Посад с посещением Троице-Сергиевой лавры.

14.00 – Обед в Сергиевом Посаде.

15.00 – Прогулка по центру Москвы, шопинг.

19.00 – Возвращение в гостиницу. Прощальный ужин. Вручение памятных сувениров.

22.00 – Свободное время.

23.30 – Сбор у гостиницы. Посадка в трансфер.

00.30 – Прибытие в аэропорт «Шереметьево-2».

01.30 – Вылет из Москвы.

5. На основании ниже представленного маршрута и перечня услуг на тур «По золотому кольцу России» и программы обслуживания необходимо подготовить технологическую карту.

Маршрут: Москва (2 дня) – Ростов Великий (1 день) – Ярославль (1 день) – Кострома (1 день) – Суздаль (2 дня) – Владимир (проездом) – Москва
11 дней/10 ночей.

Программа обслуживания:

1-й день: Прибытие группы и размещение в гостинице, обзорная экскурсия по Москве.

2-й день: Экскурсия в Московский Кремль с посещением соборов и в Третьяковскую галерею.

3-й день: Выезд в Ростов Великий. Экскурсия в Троицке-Сергиеву лавру (в пути следования), прибытие в Ростов Великий и размещение.

4-й день: Обзорная экскурсия по городу, прогулки, шопинг.

5-й день: Выезд в Ярославль, прибытие и обзорная экскурсия по Ярославлю.

6-й день: Дорога в Кострому, по прибытии – обзорная экскурсия.
7-й день: Дорога в Сухжаль, прибытие, размещение, обзорная экскурсия по Суздалью с посещением монастырей и соборов.
8-й день: Обзорная экскурсия по Владимиру с посещением собора. Экскурсия в Музей деревянного зодчества в Суздале.
9-й день: Возвращение в Москву, свободное время, отдых.
10-й день: Посещение московского вернисажа, экскурсия по Московскому метро.
Отъезд – на следующий день рано утром (без питания).
Питание – полный пансион. Размещение в 2-местных номерах гостиниц туристского уровня. Срок действия тура – май – сентябрь. Число человек в группе – 30. Всего групп – 13. Всего человек по маршруту – 300.

6. На основании ниже представленного маршрута и перечня услуг на тур «По золотому кольцу России» и программы обслуживания необходимо подготовить информационный листок.

Маршрут: Москва (2 дня) – Ростов Великий (1 день) – Ярославль (1 день) – Кострома (1 день) – Суздаль (2 дня) – Владимир (проездом) – Москва
11 дней/10 ночей.

Программа обслуживания:

1-й день: Прибытие группы и размещение в гостинице, обзорная экскурсия по Москве.
2-й день: Экскурсия в Московский Кремль с посещением соборов и в Третьяковскую галерею.
3-й день: Выезд в Ростов Великий. Экскурсия в Троицке-Сергиеву лавру (в пути следования), прибытие в Ростов Великий и размещение.
4-й день: Обзорная экскурсия по городу, прогулки, шопинг.
5-й день: Выезд в Ярославль, прибытие и обзорная экскурсия по Ярославлю.
6-й день: Дорога в Кострому, по прибытии – обзорная экскурсия.
7-й день: Дорога в Суздаль, прибытие, размещение, обзорная экскурсия по Суздалью с посещением монастырей и соборов.
8-й день: Обзорная экскурсия по Владимиру с посещением собора. Экскурсия в Музей деревянного зодчества в Суздале.
9-й день: Возвращение в Москву, свободное время, отдых.
10-й день: Посещение московского вернисажа, экскурсия по Московскому метро.
Отъезд – на следующий день рано утром (без питания).
Питание – полный пансион. Размещение в 2-местных номерах гостиниц туристского уровня. Срок действия тура – май – сентябрь. Число человек в группе – 30. Всего групп – 13. Всего человек по маршруту – 300.

7. Составить программу обслуживания инсентив-тура в Сочи и рассчитать цену обслуживания на 1 человека по программе.

Количество туристов: 40 человек.

Продолжительность программы: 4 дня/ 3 ночи.

Транспорт до Сочи: авиа.

Размещение уровня 3–4*, 2-х местное.

Обязательные услуги по программе: проживание, 3–х разовое питание, экскурсии, развлекательные мероприятия, активный отдых с элементами тимбилдинга, гала-ужин в загородном ресторане, трансфер на встречу и проводы.

8. Составить программу обслуживания группы иностранных туристов в Сочи и рассчитать цену обслуживания на 1 человека по программе.

- 1) Количество туристов: 15 человек + 1 сопровождающий.
- 2) Продолжительность программы: 4 дня/ 3 ночи.
- 3) Транспорт до Сочи: авиационный.
- 4) Размещение уровня 4*, 1-но, 2-х местное, сопровождающий размещается в 1-местном номере.
- 5) Обязательные услуги по программе: проживание, 2-х разовое питание (ужины или обеды в ресторанах с национальной кухней), 3 экскурсии, трансфер на встречу и проводы.

9. Составить программу обслуживания международной конференции в Сочи и рассчитать цену обслуживания на 1 человека по программе.

- 1) Количество участников: 100 человек.
- 2) Продолжительность программы: 3 дня/ 2 ночи.
- 3) Транспорт до Сочи: авиационный.
- 4) Размещение уровня 4–5*, 2-х местное.

Обязательные услуги по программе: проживание, 3-х разовое питание, заседание конференции, 1 экскурсия, гала-ужин, трансфер на встречу и проводы.

10. Составить программу обслуживания группы школьников в июне в Сочи и рассчитать цену обслуживания на 1 человека по программе:

- 1) Количество туристов: 20 человек +1 руководитель.
- 2) Продолжительность программы: 4 дня/ 3 ночи.
- 3) Транспорт до Сочи: железнодорожный.
- 4) Размещение в номерах 2-х, 3-х местное, руководитель размещается в 1-местном номере.

Обязательные услуги по программе: проживание, 2-х разовое питание, 3 экскурсии, 1 развлекательное мероприятие, трансфер на встречу и проводы.

11. 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).

12. 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).

13. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Муром: - Познавательный тур по Мурому - 2 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по набору услуг)

14. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Муром: - Спортивно-оздоровительный тур по Мурому - 2 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по дням обслуживания)

15. Приведите примеры инклюзив-тура. Приведите примеры фирм, предлагающих заказные туры. Чем инклюзив тур отличается от заказного тура.

16. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Муром: - Религиозный тур по Мурому и Муромскому району - 2 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по набору услуг)

Рейтинг-контроль 3

Блок 1 «Знать»

1. Классами обслуживания в туризме условно называются

- а) туристских услуг, прошедшие стандартизацию
- б) обеспечение безопасности и надежности обслуживания туристов туроператорской фирмой
- в) уровень обслуживания при проектировании туров («люкс», первый класс, туристский класс, экономический класс)
- г) соответствие туристского продукта требованиям, изложенным в ГОСТ Р 50681-2010 «Проектирование туристских услуг»

2. Согласно Закону РФ «О защите прав потребителей» потребитель имеет право на полную и достоверную информацию о

- а) продукте, товаре, (услуге)
- б) фирменном наименовании и месте его расположения
- в) ответственности за качество продукта, товара (услуги)
- г) персональных данных руководителя предприятия

3. В обязанности туриста во время совершения путешествий, согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» входит

- а) соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания
- б) соблюдать правила въезда в страну временного пребывания
- в) сохранять окружающую среду
- г) беспрепятственный доступ к средствам связи

4. Ответственность перед туристом за качество и безопасность туристского продукта (на основе «Закона РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации») несет

- а) инициативный туроператор
- б) рецептивный туроператор
- в) турагентская фирма
- г) МЧС Российской Федерации
- д) нет правильного ответа

5. Претензии к качеству туристского продукта предъявляются туристской фирме в соответствии со ст. 10 ФЗ «об основах туристской деятельности в РФ» в следующие сроки

- а) в течение 10 дней после окончания действия договора и подлежат удовлетворению в течение 7 дней после получения претензий
- б) в течение 20 дней с момента окончания действия договора и подлежит удовлетворению в течение 10 дней после получения претензии
- в) в течение 30 дней после окончания действия договора и подлежит удовлетворению в течение 3-х месяцев с момента предъявления претензии
- г) нет правильного ответа

6. Сроки рассмотрения претензий туристов, касающихся качества туристского продукта согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» составляют

- а) 20 дней со дня окончания тура
- б) 10 дней со дня подачи претензии
- в) 30 дней со дня окончания тура
- г) 15 дней со дня окончания тура
- д) нет правильного ответа

7. В случае отказа в претензии к туроператорской фирме по поводу «Неоказания или ненадлежащего оказания туристских услуг» турист имеет право

- а) обратиться в суд
- б) обратиться за разъяснением в РСТИ
- в) потребовать отзыв лицензии у туроператорской фирмы
- г) подать жалобу в прокуратуру
- д) нет правильного ответа

8. Для получения компенсации по поводу «Неоказания и ненадлежащего оказания туристских услуг» турист должен представить следующие документы

- а) заявление
- б) страховой полис
- в) договор «О туристском обслуживании»
- г) документ, подтверждающий факт «неоказания или ненадлежащего оказания « туристских услуг
- д) нет правильного ответа

9. Нормативные документы, содержащие требования к качеству туристских услуг, для осуществления контроля качества

- а) Гражданский кодекс РФ
- б) ГОСТ Р 50644-2009 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»
- в) ГОСТ Р 50691-94 «Модель обеспечения качества услуг»
- г) Закон «О защите прав потребителей»
- д) нет правильного ответа

10. Система классификации горнолыжных трасс и требования по обеспечению безопасности изложены в

- а) ГОСТ Р 50644-2009 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»
- б) Приказ Минспорттуризма РФ от 25.01.2011 № 35 «Об утверждении порядка классификации ...»
- в) Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
- г) ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения»
- д) нет правильного ответа

11. Туристские фирмы при оформлении визовых формальностей работают с заграничным паспортом

- а) моряка
- б) дипломатическим (зеленым)
- в) служебным
- г) общегражданским (красным)

12. В категорию туристских формальностей входят:

- а) паспортно-визовые формальности
- б) таможенные формальности
- в) валютный контроль
- г) санитарный и эпидемиологический контроль
- д) страхование туристов
- е) все перечисленные виды

13. Туристская виза это:

- а) отметка в паспорте дипломатическими представителями иностранных государств, дающие право на временный въезд в страну с целью туризма и отдыха
- б) документ, дающий право на временный въезд в страну;
- в) документ, дающий право на временный въезд в страну и право заниматься на данный период времени трудовой деятельностью в стране временного проживания

14. Согласно ст.14 Закона РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под безопасностью туризма понимается:

- а) личная безопасность туристов, сохранность их имущества и ненанесение ущерба окружающей; природной среде при совершении путешествий
- б) санитарно-эпидемиологическая безопасность туристов и сохранность их имущества
- в) медицинское страхование
- г) обеспечение личной безопасности и здоровья туристов

15. Для чего может потребоваться заверенное разрешение на выезд ребенка?

- а) для оформления медицинской страховки
- б) для личного спокойствия
- в) для пересечения границы
- г) для поселения в отель

16. Куда в первую очередь должен обратиться турист, у которого есть страховой полис, если наступит страховое событие?

- а) к гиду отеля
- б) в круглосуточный диспетчерский центр сервисной компании или страховщика по телефону, указанному в страховом полисе
- в) в любое медицинское учреждение
- г) к туроператору, у которого был приобретен тур

17. Какие документы необходимы взрослому туристу, отправляющемуся по путевке за границу?

- а) загранпаспорт, свидетельство о рождении, ваучер, авиабилет, медицинская страховка
- б) загранпаспорт, ваучер, авиабилет, медицинская страховка
- в) загранпаспорт, паспорт РФ, ваучер, авиабилет, медицинская страховка, медицинский полис
- г) паспорт РФ, загранпаспорт, ваучер, авиабилет, медицинская страховка

18. Выберите правильный ответ: виза – это

- а) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию

- б) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- в) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне
- г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

19. Выберите правильный ответ: общегражданский заграничный паспорт – это

- а) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне
- б) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- в) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

20. Выберите правильный ответ: паспорт моряка – это

- а) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- в) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
- г) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне

21. Выберите правильный ответ: шенгенская виза – это

- а) виза, действующая на территории шенгенской зоны, объединяющей более 24 европейских государств
- б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- в) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- г) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне

22. Выберите правильный ответ: таможенный контроль – это

- а) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента
- б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- в) совокупность мер, осуществляемых таможенными органами в целях обеспечения соблюдения законодательства и международных договоров РФ
- г) совершение действий, свидетельствующих о том, что в ручной клади и сопровождаемом багаже физического лица нет товаров, подлежащих декларированию в письменном виде

23. Выберите правильный ответ: конклюдентное декларирование – это

- а) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента
- б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- в) совокупность мер, осуществляемых таможенными органами в целях обеспечения соблюдения законодательства и международных договоров РФ
- г) совершение действий, свидетельствующих о том, что в ручной клади и сопровождаемом багаже физического лица нет товаров, подлежащих декларированию в письменном виде

24. От чего зависит стоимость оформления медицинской страховки на одного туриста?

- а) от предполагаемого количества страховых случаев
- б) от страховой суммы, страны пребывания и продолжительности поездки.
- в) от стоимости путевки
- г) от количества человек в туристической поездке

25. Что такое «мягкий блок»?

- а) повышенная комфортность
- б) текущее бронирование без предоплаты
- в) авиабилеты на пиковые даты

26. Что такое «жесткий блок»?

- а) экономичные условия перевозки
- б) 100%-ная предоплата авиабилетов
- в) авиарейс без питания на борту

27. К обязательным требованиям к туристской услуге относится:

- а) Этичность обслуживания персонала
- б) Эргономичность
- в) Сохранность имущества туристов
- г) Соответствие назначению

28. Туристский продукт должен отвечать следующим основным потребительским свойствам

- а) обоснованность
- б) эффективность
- в) незаменимость
- г) полезность
- д) надежность

29. Термин «Услуга» (ГОСТ Р — 50690-2000) «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования» - это

- а) результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя
- б) результат деятельности предприятий по удовлетворению потребностей туристов
- в) совокупность основных и дополнительных услуг, включаемых в турпакет

30. Продвижение и реализация туристского продукта турагентом осуществляется на условиях

- а) только договора между туроператором и турагентом
- б) устного соглашения между туроператором и турагентом
- в) договора между турагентом и страховой компанией
- г) международного стандарта

31. Оптовая реализация туристского продукта между инициативным и рецептивным туроператорами осуществляется на основе

- а) договора-поручения
- б) договора комиссии
- в) договора о безвозмездной передаче прав собственности
- г) договора аренды

- д) агентского соглашения
- е) договора купли-продажи

32. При подборе партнеров по сбыту туристского продукта необходимо руководствоваться

- а) наличием права у фирмы заниматься туристской деятельностью
- б) кредитоспособностью фирмы
- в) отсутствием у фирмы партнеров
- г) дееспособностью фирмы

33. При работе с зарубежными партнерами на условиях безвалютного обмена, к договору между сторонами необходимо прилагать

- а) законодательные акты сторон, регламентирующие туристскую деятельность
- б) расчет валютных платежей (или сводная ведомость туродней)
- в) график заезда групп туристов с указанием дат прибытия и отправления
- г) описание условий приема с указанием вида и класса услуг

34. Суть соглашения о франчайзинге с известной фирмой

- а) состоит в получении конкурентных преимуществ для небольшой и малоизвестной фирмы за счет известной торговой марки при отсутствии дополнительных затрат
- б) небольшие и малоизвестные фирмы включаются в сбытовую сеть известной корпорации и получают исключительные права на реализацию услуг под успешным брендом
- в) преимущества получают небольшие фирмы за счет отсутствия ответственности за качество и безопасность предоставляемых услуг
- г) известные компании получают возможность контролировать рынки с минимальными затратами

35. Программа обслуживания это

- а) набор услуг
- б) маршрут тура
- в) набор услуг предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура
- г) набор требований для разработки тура

36. Программы обслуживания классифицируются по

- а) технологии обслуживания
- б) целям путешествия
- в) способу передвижения
- г) составу участников

37. График загрузки туристских предприятий по маршруту отражает

- а) требования по безопасности
- б) реальную загрузку предприятий, что позволяет ее отслеживать и контролировать
- в) предложения по совершенствованию маршрута
- г) программу тура

38. Методы контроля безопасности и качества проектируемого тура

- а) визуальные
- б) аналитические

- в) статистические
- г) социологические

39. 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.).

40. Технологии продаж в туризме

- а) Исследование тенденций, формирование прогнозов;
- б) Формирование продукта;
- в) Управление продажами;
- г) Выплата страховых обязательств
- д) Создание товарного знака

41. Формы обслуживания туристов на предприятиях общепита:

- а) а ля карт
- б) табльдот
- в) шведский стол
- г) у стойки
- д) заказ в номер
- е) заказ блюда в зале

42. Пансион как вид обслуживания включает:

- а) трехразовое питание;
- б) размещение +трехразовое питание;
- в) встречу и трансфер, размещение и трехразовое питание.

43. 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

44. Можно выделить некоторые негативные последствия организации выездных туров с помощью прямой схемы работы отечественного туроператора с зарубежными поставщиками туристских услуг:

- а) Необходимость владения колоссальной информационной базой
- б) Высокие издержки и необходимость командировок в курортные местности
- в) Необходимость международных переводов денежных средств
- г) возможность заключения выгодных договоров туроператора и отельеров
- д) отсутствие необходимости переплачивать за посреднические услуги иностранным партнерам

е) необходимость учета специфики работы персонала зарубежных фирм

45. К достоинствам организации отечественным туроператором выездных туров посредством услуг зарубежных meet-компаний можно отнести следующие:

- а) текущая информация о предложениях отельеров, наличии мест, описании отелей и т.п. исходит из одного источника
- б) значительно меньшие издержки
- в) упрощение или значительное облегчение международных переводов валюты
- г) возможное удорожание турпакета по сравнению со схемой работы напрямую с поставщиками туруслуг
- д) проникновение иностранных туроператоров на отечественный рынок, угроза российскому туроперейтингу остаться без работы
- е) определение единственного ответственного за качественное предоставление туруслуг

46. При подборе партнеров по сбыту необходимо учитывать:

- а) правоспособность фирмы
- б) кредитоспособность фирмы
- в) дееспособность фирмы
- г) все ответы верны

Блок 2 «Уметь»

1. Выезд за пределы Российской Федерации возможен по одному из четырех видов паспортов. Дополните список.

- а) общегражданский заграничный паспорт
- б) дипломатический паспорт
- в)
- г)

2. Вставьте пропущенные слова: при выезде ребенка за границу без родителей необходимо их _____ заверенное у _____.

3. 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.

4. 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).

5. 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.

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. Путешествие с активным способом передвижения, осуществляемое с образовательными, оздоровительными, спортивными и исследовательскими целями, - это _____ (вставьте пропущенное слово).

8. Франчайзинг – это _____ (продолжите определение).

9. «Все включено» (all inclusive) это:

- а) Система обслуживания в отелях, при которой питание, и отдельные виды услуг не требуют дополнительной оплаты. Как правило, постояльцу предоставляется четырехразовое питание и закуски (включая напитки местного производства) в течение всего светового дня (обычно до 00.00 часов).
- б) Система обслуживания в отелях, при которой питание НВ (завтрак ужин) включено в стоимость проживания, и отдельные виды услуг требуют дополнительной оплаты. В.

Система обслуживания в отелях, при которой питание ВВ (завтрак ужи) включено в стоимость проживания, и отдельные виды услуг требуют дополнительной оплаты.

в) Система обслуживания в отелях, при которой питание, и отдельные виды услуг не требуют дополнительной оплаты. Как правило, постояльцу предоставляется четырехразовое питание и закуски (кроме напитков) в течение всего светового дня (обычно до 00.00 часов). + пользование SPA салонами и водными видами спорта.

10. Конфиденциальные тарифы это:

а) Условие приобретения блоков мест, характеризующееся полной или частичной (не менее 50 %) предоплатой заявленного количества номеров непосредственно перед сезоном, а также практической невозможностью туроператора отказаться от заявленного блока до окончания сезона.

б) Когда сам туроператор или авиакомпания осуществляют торговлю не турпакетами или авиабилетами, а единичными туристическими услугами, позволяя агентам самостоятельно комплектовать и просчитывать стоимость полного тура; представляют собой перечень предлагаемых туроператором единичных туристических услуг и их нетто-цену.

в) SPO

г) Сезонные тарифы туроператоров.

11. Классы обслуживания – категории, используемые для обозначения уровня обслуживания:

а) VIP

б) «люкс»

в) первый

г) туристский

д) бизнес-класс

е) экономический

12. Типы питания туристов (с размещением):

а) полный пансион FB

б) полупансион HB

в) только завтрак BB

г) без питания В

д) самостоятельное приготовление пищи

е) свободный выбор типа питания любым туристом в каждый из дней

13. Отметьте из нижеперечисленного вид размещения «трое взрослых+ ребёнок 2-12 лет»:

а) SNGL+ CHD (2-12)

б) DBL+CHD (2-12)

в) TRPL+CHD (2-12)

г) TRPL+CHD (0-12)

14. Отметьте из нижеперечисленного вид размещения «номер с видом на бассейн».

а) Sea View (S/V)

б) Garden View (G/V)

в) Pool View (P/V)

г) Mountain View (M/V)

15. Номер SUP – Superior – это:

- а) Обладает всеми преимуществами номера Deluxe, но еще более просторный и роскошно обставленный и отделанный, чаще всего состоящий из одной, гораздо реже, но из 2-х отдельных комнат (спальни и гостиной). Дороже Standard обычно на 30-60%.
- б) Полностью аналогичный по размеру и условиям со Standard. Отличается от последнего либо более живописным видом из окна, либо более обновленной и улучшенной обстановкой или/и отделкой. Такие номера составляют примерно 10-40% всего номерного фонда отелей. Дороже Standard обычно на 10-25%.
- в) Один из самых престижных видов номеров для состоятельных клиентов. Обычно, как минимум, в 2 раза дороже номеров Standard. Состоит из 2-х (спальня и гостиная) или 3-х (плюс кабинет или дополнительная спальня) комнат, имеет роскошную отделку, обладает особенно живописным видом из окна, часто имеет 2-й туалет рядом со спальней и ванну-джакузи, халаты, кофейные принадлежности и массу других приятных вещей. Иногда эти номера расположены на специальных этажах, отделенных доступом от всех других, со своим лобби, комнатой для завтрака и, часто, оздоровительным центром. Оплата идет за весь номер, вне зависимости от числа проживающих, в пределах, дозволенных вместимостью номера.
- г) Разновидность однокомнатных апартаментов Standard или Family с оборудованной кухней или кухонным уголком. Удобно для семей с детьми ценящих низкие цены и свою независимость в отдыхе.

16. CONNECTED ROOMS это:

- а) А. Обычно Стандартный номер для семьи с 2-3 детьми, состоящий из 2 комнат - спальни и гостиной или 3 комнат - 2-х спален и гостиной (реже из одной большой комнаты с несколькими полноценными кроватями). Оформление и обстановка номера данного номера в подавляющем большинстве случаев на уровне номеров Standard, Superior, гораздо реже Deluxe и стоит немногим их дороже, обычно на 20-50%. Такие номера встречаются очень редко и составляют около 10-20% всего номерного фонда отелей.
- б) Б. Одно, двух, трех, реже четырех, пяти или шести-комнатный номер, обычно соответствующий по своей обстановке, оборудованию и отделке номеру Standard или Family, с оборудованной кухней или кухонным уголком, для размещения обычно от 2 до 12 человек и более. Оплата идет за весь номер-апартамент, вне зависимости от числа проживающих, в пределах дозволенных вместимостью номера и не включает питание. Удобно для самостоятельных групп или семей ценящих низкие цены и свою независимость в отдыхе.
- в) В. Номера имеющие дверь-переход из одного в другой. Очень удобно для проживания вместе семей из 4 - 6 человек или родителей с 2 и более детьми, так как двухкомнатный Люкс стоит дороже. Однако такие номера встречаются не во многих отелях и бывают, в основном, категории Standard, иногда Superior или Deluxe.
- г) Г. Обычный однокомнатный номер, самый недорогой, но и самый популярный и востребованный, так как самый недорогой и имеет все необходимые условия. Такие номера составляют примерно 50-90 % всего номерного фонда отелей.

17. DLX – Deluxe это:

- а) Один из самых престижных видов номеров для состоятельных клиентов. Обычно, как минимум, в 2 раза дороже номеров Standard. Состоит из 2-х (спальня и гостиная) или 3-х (плюс кабинет или дополнительная спальня) комнат, имеет роскошную отделку, обладает особенно живописным видом из окна, часто имеет 2-й туалет рядом со спальней и ванну-джакузи, халаты, кофейные принадлежности и массу других прият-

ных вещей. Иногда эти номера расположены на специальных этажах, отделенных доступом от всех других, со своим лобби, комнатой для завтрака и, часто, оздоровительным центром. Оплата идет за весь номер, вне зависимости от числа проживающих, в пределах, дозволенных вместимостью номера.

б) Аналог Presidential Suite только несколько попроще и подешевле. Что-то среднее по возможностям и цене между ним и номером Suite. Обычно насчитывается 1-3, но не более 5 номеров в отеле. Оплата идет за весь номер вне зависимости от числа проживающих в пределах дозволенных вместимостью номера.

в) Отличается от Standard и Superior прежде всего большими размерами, а также практически всегда лучшим видом, более роскошной обстановкой и отделкой. В высококлассных отелях иногда имеет дополнительные удобства: тапочки, халаты, кофейные принадлежности. Тем не менее, этот номер также однокомнатный, хотя может иногда быть на двух 29 уровнях, состоящих из спального и гостинного отделения, разделенных несколькими ступеньками. Дороже Standard обычно на 25-50%.

г) Минилюкс. Аналог Junior Suite.

18. SUITE ЭТО:

а) Один из самых престижных видов номеров для состоятельных клиентов. Обычно, как минимум, в 2 раза дороже номеров Standard. Состоит из 2-х (спальня и гостиная) или 3-х (плюс кабинет или дополнительная спальня) комнат, имеет роскошную отделку, обладает особенно живописным видом из окна, часто имеет 2-й туалет рядом со спальней и ванну-джакузи, халаты, кофейные принадлежности и массу других приятных вещей. Иногда эти номера расположены на специальных этажах, отделенных доступом от всех других, со своим лобби, комнатой для завтрака и, часто, оздоровительным центром. Оплата идет за весь номер, вне зависимости от числа проживающих, в пределах, дозволенных вместимостью номера.

б) Обладает всеми преимуществами номера Deluxe, но еще более просторный и роскошно обставленный и отделанный, чаще всего состоящий из одной, гораздо реже из 2-х отдельных комнат (спальни и гостиной). Дороже Standard обычно на 30-60%.

в) Минилюкс. Аналог Junior Suite. Г. Отличается от Standard и Superior прежде всего большими размерами, а также практически всегда лучшим видом, более роскошной обстановкой и отделкой. В высококлассных отелях иногда имеет дополнительные удобства: тапочки, халаты, кофейные принадлежности. Тем не менее, этот номер также однокомнатный, хотя может иногда быть на двух уровнях, состоящих из спального и гостинного отделения, разделенных несколькими ступеньками. Дороже Standard обычно на 25-50%.

Блок 3 «Владеть»

1. Вопрос: Если турист оплачивает страховку в офисе туристской фирмы, должен ли он в случае наступления страхового события предъявлять претензии за неполученную или полученную в ненадлежащем объеме помощь по страховке туристскому предприятию? Несет ли туристская фирма в этом случае ответственность?

2. Клиенты обратились к инициативному туроператору, отправлявшему туристов в Египет, с претензией. Во время пребывания в Египте они купили у официального партнера (египетского рецептивного туроператора) дополнительную экскурсию на коралловые рифы. Поездка была организована с нарушением элементарных норм безопасности. Катер, рассчитанный на 10 пассажиров, взял на борт 30. В результате сидячих мест всем не хватило. Для того чтобы полюбоваться коралловыми рифами, в от-

крытом море туристам предложили плавать с маской. При этом не был проведен инструктаж по технике безопасности, на борту не было медицинской аптечки, некоторые туристы не умели плавать. Вследствие чего, многие клиенты плавали в зоне маневрирующих поблизости катеров; одного туриста забыли и вернулись за ним лишь через час; клиентку укусила мурена. Несет ли инициативный туроператор, отправивший группу туристов в Египет, ответственность перед туристами за эту дополнительную экскурсию?

3. Рассчитайте стоимость путёвки.

Исходные данные:

Семья из 3-х человек (2 взрослых + ребёнок 3 лет) приобретает путёвку на 14 дней на первые 7 дней – с 3-х разовым питанием, а на следующие дни – 2-х разовым на курорт Краснодарского края.

Стоимость проживания на 1 взрослого – 2500 руб. в сутки.

Стоимость проживания ребёнка 30% от стоимости взрослого места.

Питание: взрослый – 700 руб. – 2-х разовое, 1000 руб. 3-х разовое.

Ребёнок – 150 руб. – 2-х разовое, 150 руб. 3-х разовое.

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

5. Рассчитайте стоимость турпакета по заявке потребителя.

«Туристская фирма организует тур в Санкт-Петербург для группы 45 чел. На 3 дня/ 2 ночи. В стоимость тура входит: проживание в гостинице «Мир»; 2-х разовое питание; экскурсионное обслуживание, трансфер; транспортное обслуживание. Стоимость проживания для группы составляет – 105885 руб. в сутки, в стоимость проживания входит стоимость питания, которое составит на группу в сутки – 6750 руб. Экскурсия по городу осуществляется на арендованном турфирмой автобусом. Стоимость аренды автобуса – 9.000 руб. Стоимость групповой экскурсии составляет – 6.000 руб. Организация в встречи и проводов группы – 7.000 руб. Проживание руководителя группы – 3.000 руб., питание – 300 руб., оплата командировочных – 450 руб., страхование руководителя группы – 350 руб.»

6. Рассчитайте себестоимость тура на 1-го туриста и стоимость путевки для конкретного покупателя.

«Туристская фирма организует тур в Санкт-Петербург для группы 45 чел. На 3 дня/ 2 ночи. В стоимость тура входит: проживание в гостинице «Мир»; 2-х разовое питание; экскурсионное обслуживание, трансфер; транспортное обслуживание. Стоимость проживания для группы составляет – 105885 руб. в сутки, в стоимость проживания входит стоимость питания, которое составит на группу в сутки – 6750 руб. Экскурсия по городу осуществляется на арендованном турфирмой автобусом. Стоимость аренды автобуса – 9.000 руб. Стоимость групповой экскурсии составляет – 6.000 руб. Организация в встречи и проводов группы – 7.000 руб. Проживание руководителя группы – 3.000

руб., питание – 300 руб., оплата командировочных – 450 руб., страхование руководителя группы – 350 руб.»

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

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

9. Специалисты национального парка Паанаярви (Карелия) создали экскурсию «Ягоды северного леса», возникла необходимость продвижения данного продукта, поэтому было принято решение разместить рекламу на сайте национального парка.

а) Укажите целевые аудитории турпродукта.

б) Сформулируйте рекомендации для повышения эффективности рекламы на сайте.

в) Укажите, с какими участниками туристского рынка национальный парк может заключить договоры для развития продаж турпродукта «Экскурсия «Ягоды северного леса»».

10. В аэропорту размещен стенд с текстом «Туристская база «Теремок» организует рыбалку на озере».

а) Разъясните, можно ли считать данное предложение турпродуктом.

б) Укажите проблемы продвижения рекреационного рыболовного тура.

в) Сформулируйте рекомендации по продвижению тура в целевой аудитории.

11. Турфирма «Азимут+» разработала медиаплан по продвижению турпродукта «Экстрим на квадроциклах», в котором указаны несколько каналов продвижения.

а) Укажите наиболее эффективные каналы продвижения данного продукта.

б) Раскройте принципы выбора каналов данного продукта.

в) Определите возможные ошибки выбора каналов продвижения экстрим-туров.

12. Администрация муниципального образования Терский берег в рамках реализации программы развития туристской деятельности на своей территории разослала пресс-релизы в представительства телеканалов о проведении Поморской регаты.

а) Можно ли считать данное решение управлением спросом турпродуктов Терского берега?

б) Определите цель и задачи при организации пресс-тура на Поморскую регату.

в) Какие еще шаги может предпринять администрация для повышения известности дестинации?

13. Определите экономический эффект (ЭР) и рентабельность (Р) рекламных мероприятий турагента, если среднесуточный объем сбыта в до рекламный период составил 20 тыс.руб, а после 22 тыс.руб. Наблюдение проводилось в течение 10 дней, сумма расходов на рекламу составила 2 тыс.руб. Агентское вознаграждение

Регламент проведения и оценивание лабораторных работ

В целях закрепления практического материала и углубления теоретических знаний по разделам дисциплины «Технология операторских и агентских услуг» предполагается выполнение лабораторных работ, что позволяет углубить процесс познания, раскрыть понимание прикладной значимости осваиваемой дисциплины.

Регламент проведения мероприятия

№	Вид работы	Продолжительность
1.	Предел длительности лабораторной работы	170 мин.
2.	Защита отчета	10 мин.
	Итого (в расчете на одну лабораторную работу)	180 мин.

Критерии оценки лабораторных работ

Оценка	Критерии оценивания
5 баллов	Задание выполнено полностью, в представленном отчете обоснованно получено правильное выполненное задание.
4 балла	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений.
3 балла	Задания выполнены частично.
2 балла	Задание не выполнено.

Регламент проведения и оценивание практических работ

В целях закрепления практического материала и углубления теоретических знаний по разделам дисциплины «Технология операторских и агентских услуг» предполагается выполнение практических работ, что позволяет углубить процесс познания, раскрыть понимание прикладной значимости осваиваемой дисциплины.

Регламент проведения мероприятия

№	Вид работы	Продолжительность
1.	Предел длительности практической работы	80 мин.
2.	Защита отчета	10 мин.
	Итого (в расчете на одну практическую работу)	90 мин.

Критерии оценки практических работ

Оценка	Критерии оценивания
5 баллов	Задание выполнено полностью, в представленном отчете обоснованно получено правильное выполненное задание.
4 балла	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений.
2 балла	Задания выполнены частично.
0 баллов	Задание не выполнено.

Регламент проведения защиты и оценивание курсовой работы (проекта)

По результатам проверки курсовой работы выставляется оценка. В том случае, если работа не отвечает предъявляемым требованиям (не раскрыты тема или отдельные вопросы плана, изложение материала поверхностно, отсутствуют выводы), то она возвращается автору на доработку. Студент должен переделать работу с учетом замечаний и предоставить для проверки новый вариант. Если сомнения вызывают отдельные аспекты курсовой работы, то в этом случае они рассматриваются во время устной защиты работы перед комиссией.

Работа в готовом варианте должна быть предоставлена на проверку преподавателю в срок, указанный в задании на курсовой проект.

Студенты, не защитившие курсовые проекты, не допускаются до сдачи экзамена.

Защита курсовой работы представляет собой устный публичный отчет студента, на который ему отводится 7-8 минут, ответы на вопросы членов комиссии. Устный отчет студента включает: раскрытие целей и задач проектирования, его актуальность, описание выполненного проекта, основные выводы и предложения, разработанные студентом в процессе курсового проектирования.

Анализ результатов курсового проектирования проводится по следующим критериям:

1. Навыки самостоятельной работы с материалами, по их обработке, анализу и структурированию.

2. Умение правильно применять методы исследования.

3. Умение грамотно интерпретировать полученные результаты.

4. Способность осуществлять необходимые расчеты, получать результаты и грамотно излагать их в отчетной документации.

5. Умение выявить проблему, предложить способы ее разрешения, умение делать выводы.

6. Умение оформить итоговый отчет в соответствии со стандартными требованиями.

Пункты с 1 по 6 дают до 50% вклада в итоговую оценку студента.

7. Умение защищать результаты своей работы, грамотное построение речи, использование при выступлении специальных терминов.

8. Способность кратко и наглядно изложить результаты работы.

Пункты 7,8 дают до 35% вклада в итоговую оценку студента.

9. Уровень самостоятельности, творческой активности и оригинальности при выполнении работы.

10. Выступления на конференциях и подготовка к публикации тезисов для печати по итогам работы.

Пункты 9, 10 дают до 15 % вклада в итоговую оценку студента.

Оценка «отлично» ставится студенту, который в срок, в полном объеме и на высоком уровне выполнил курсовой проект. При защите и написании работы студент продемонстрировал вышеперечисленные навыки и умения. Тема, заявленная в работе раскрыта, раскрыта полностью, все выводы студента подтверждены материалами исследования и расчетами. Отчет подготовлен в соответствии с предъявляемыми требованиями. Отзыв руководителя положительный.

Оценка «хорошо» ставится студенту, который выполнил курсовую работу, но с незначительными замечаниями, был менее самостоятелен и инициативен. Тема работы раскрыта, но выводы носят поверхностный характер, практические материалы обработаны не полностью. Отзыв руководителя положительный.

Оценка «удовлетворительно» ставится студенту, который допускал просчеты и ошибки в работе, не полностью раскрыл заявленную тему, делал поверхностные выводы, слабо продемонстрировал аналитические способности и навыки работы с теоретическими источниками. Отзыв руководителя с замечаниями.

Оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, который не выполнил курсовую работу, либо выполнил с грубыми нарушениями требований, не раскрыл заявленную тему, не выполнил практической части работы.

Общее распределение баллов текущего контроля по видам учебных работ для студентов (в соответствии с Положением)

Рейтинг-контроль 1	Тестирование, выполнение практических заданий	10
Рейтинг-контроль 2	Тестирование, выполнение практических заданий	10
Рейтинг-контроль 3	Тестирование, выполнение практических заданий	10
Посещение занятий студентом	Посещение лекционных, практических, лабораторных занятий	15
Дополнительные баллы (бонусы)	Активность на практических занятиях	5
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы	Выполнение плана самостоятельной работы студентов	10

Показатели, критерии и шкала оценивания компетенций промежуточной аттестации знаний по учебной дисциплине «Технология операторских и агентских услуг»

На основе типовых заданий программным комплексом информационно-образовательного портала МИ ВлГУ формируются в автоматическом режиме тестовые задания для студентов. Программный комплекс формирует индивидуальные задания для каждого зарегистрированного в системе студента и устанавливает время прохождения тестирования. Результатом тестирования является количество набранных баллов. За правильное выполнение каждого тестового задания блока "знать" студент получает по 2 балла, за правильное выполнение каждого задания блока "уметь" - по 3 балла, за правильное выполнение каждого тестового задания блока "владеть" - по 4 балла.

Максимальное количество баллов, которое студент может получить на экзамене, в соответствии с Положением составляет 40 баллов.

Оценка в баллах	Критерии оценивания компетенций
30-40 баллов	Студент глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, подтверждает полное освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.
20-29 баллов	Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, допуская некоторые неточности; демонстрирует хороший уровень освоения материала, информационной и коммуникативной культуры и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.
10-19 баллов	Студент показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, в целом, не препятствует усвоению последующего программного материала, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена на минимально допустимом уровне.
Менее 10 баллов	Студент не знает значительной части программного материала (менее 50% правильно выполненных заданий от общего объема работы), допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой экзамена.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ «Технология операторских и агентских услуг»

ОПК-2 способность к разработке туристского продукта

Знать: *особенности и состав туристского продукта*

1. В структуре туристских услуг различают
 - а) основные туристские услуги
 - б) дополнительные туристские услуги
 - в) самостоятельно формируемые туристом услуги в месте временного пребывания
 - г) элитарные услуги
 - д) практикоориентированные услуги
2. Тур может быть представлен как
 - а) взаимодействие предприятий туристской индустрии
 - б) отдельная услуга, предоставляемая на основе заявки туриста туроператорской фирмой
 - в) формируемый комплекс основных и дополнительных услуг, предоставляемых туристу в зависимости от целей путешествия
 - г) буклет, предлагаемый на туристской выставке туроператорской фирмой.
3. Туристские услуги (согласно ГОСТ Р 53522-2009) определяются как
 - а) услуги туристских фирм
 - б) услуги предприятий туристской индустрии
 - в) услуги туристских информационных центров
 - г) результат деятельности исполнителя услуги (юридического лица или индивидуального предпринимателя) по удовлетворению потребностей потребителя (туриста) в организации и осуществлении путешествий, отдыха и релаксации
4. Экскурсионные услуги
 - а) туристские услуги по подготовке и проведению экскурсий
 - б) услуги по разработке маршрута
 - в) услуги по сертификации экскурсии
 - г) услуги по подготовке гидов-экскурсоводов
5. Экскурсионные услуги включают в себя
 - а) услуги по разработке и продвижению туров
 - б) услуги по организации и проведению экскурсий
 - в) услуги по организации питания
 - г) услуги экскурсовода
 - д) Услуги гида-переводчика
 - е) услуги сопровождающего
6. Инклюзив-туром (ИТ) является
 - а) планируемый при поддержке туроператорской фирмы индивидуальный тур
 - б) тур с жестким, заранее спланированным (до контакта с клиентом) набором услуг, сориентированным на определенный вид отдыха или туризма
 - в) разработанный туроператорской фирмой инновационный тур

г) разработанный при поддержке государственных «Программ социальной поддержки населения», тур для социально незащищенных граждан РФ

7. Туристский продукт должен отвечать следующим основным потребительским свойствам

- а) обоснованность
- б) эффективность
- в) незаменимость
- г) полезность
- д) надежность

8. Термин «Услуга» (ГОСТ Р — 50690-2000) «Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования» - это

- а) результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя
- б) результат деятельности предприятий по удовлетворению потребностей туристов
- в) совокупность основных и дополнительных услуг, включаемых в турпакет

9. 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

10. Групповой тур – это ...

- а) inclusiv tour
- б) package tour
- в) заказной тур

11. Инклюзив-тур – это

- а) Комплексная услуга, включающая в себя весь пакет туристских услуг
- б) Набор отдельных туристских услуг
- в) Тур, включающий в себя только питание и размещение

12. Заказной тур включает в себя

- а) Только питание и размещение
- б) Набор отдельных туристских услуг
- в) Весь пакет туристских услуг

13. Основные особенности индивидуального тура:

- а) Более высокая цена, высокая экономическая эффективность
- б) Более доступные, есть установленный порядок путешествия
- в) Более высокая цена, есть установленный порядок путешествия
- г) Более доступные, высокая экономическая эффективность

14. К преимуществам инклюзив-туров относится:

- а) Высокая степень независимости и самостоятельности, но более дорогая
- б) Наличие услуг, не интересующих клиентов
- в) Комплексная поездка стоит дешевле, чем набор услуг, покупаемых отдельно
- г) Комплектование услуг производится по желанию и при участии туриста

15. Туристский продукт (из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ») - ...

- а) Туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации
- б) Документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты продукта и являющийся бланком строгой отчетности
- в) Комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену по договору о реализации туристского продукта
- г) Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения

16. Что означает аббревиатура ВВ:

- а) размещение +завтрак;
- б) 2-х разовое питание. (завтрак+ужин);
- в) 3-х разовое питание (завтрак+обед+ужин).

17. К обязательным требованиям к туристской услуге относится:

- а) Этичность обслуживания персонала
- б) Эргономичность
- в) Сохранность имущества туристов
- г) Соответствие назначению

18. Основные особенности группового тура:

- а) Более высокая цена, высокая экономическая эффективность
- б) Более доступные, есть установленный порядок путешествия
- в) Более высокая цена, есть установленный порядок путешествия
- г) Более доступные, высокая экономическая эффективность

19. К недостаткам инклюзив-туров относится:

- а) Высокая степень независимости и самостоятельности, но более дорогая
- б) Наличие услуг, не интересующих клиентов
- в) Комплексная поездка стоит дешевле, чем набор услуг, покупаемых отдельно
- г) Комплектование услуг производится по желанию и при участии туриста

20. От чего зависит стоимость оформления медицинской страховки на одного туриста?

- а) от предполагаемого количества страховых случаев
- б) от страховой суммы, страны пребывания и продолжительности поездки.
- в) от стоимости путевки
- г) от количества человек в туристической поездке

21. Что такое «мягкий блок»?

- а) повышенная комфортность
- б) текущее бронирование без предоплаты
- в) авиабилеты на пиковые даты

22. Что такое «жесткий блок»?

- а) экономичные условия перевозки
- б) 100%-ная предоплата авиабилетов
- в) авиарейс без питания на борту

23. Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги называется:

- а) туристская дестинация
- б) каталог услуг
- в) Тур
- г) Туристский продукт

24. Право на тур, предназначенное для реализации туристу

- а) лицензия
- б) аккредитация
- в) Тур
- г) Туристский продукт

25. Пакет услуг тура, скомплектованный по заказу клиента это:

- а) пэкидж-тур
- б) инклюзив-тур
- в) инсентив-тур
- г) эксклюзив-тур

26. Поощрительная поездка за счет турфирмы это:

- а) пэкидж-тур
- б) инклюзив-тур
- в) инсентив-тур
- г) эксклюзив-тур

27. Пакет тура с жестким, заранее определенным, не изменяющимся при продаже набором услуг это:

- а) пэкидж-тур
- б) инклюзив-тур
- в) инсентив-тур
- г) эксклюзив-тур

28. Какие виды туров существуют?

- а) Единичные и групповые
- б) Одиночные и групповые
- в) Индивидуальные и групповые
- г) Индивидуальные и многолюдные

29. Какой тур предоставляет туристу больше независимости и самостоятельности?

- а) Групповой
- б) Индивидуальный
- в) Экскурсионный
- г) Одиночный

30. Какие туры более дешевые и доступны массовому туристу?

- а) Групповые
- б) Индивидуальные
- в) Экскурсионные
- г) Смешанные

31. Что из ниже перечисленного не относится к потребительским свойствам туристического продукта?

- а) Обоснованность
- б) Надежность
- в) Индивидуальность
- г) Эффективность

32. Кто покупает туристический продукт и прибыль формирует из разницы между ценой покупки и ценой продажи?

- а) Турист
- б) Турагент
- в) Туроператор
- г) Тур бюро

33. Кто занимается реализацией тур продукта?

- а) Туроператор
- б) Турист
- в) Турагент
- г) Тур бюро

34. Какой тур называется «Пэкидж-тур»?

- а) Который может быть заказным
- б) Заранее определенный, не изменяющийся при продаже набором услуг
- в) Заранее определенный, но изменяющимся при желании набором услуг
- г) Все перечисленные выше варианты не верны

35. Набор туристских услуг это:

- а) Турпакет
- б) Тур
- в) Программа
- г) Маршрут

36. Турпакет включает в себя услуги:

- а) основные и дополнительные
- б) главные и второстепенные
- в) эконом- и бизнес класса
- г) стандартные и эксклюзивные

37. стандартный набор услуг, продаваемый туристам в одном «пакете».

- а) основной туристский продукт
- б) дополнительный туристский продукт
- в) заказной
- г) индивидуальный

38. Формирование программы и комплектование состава услуг производящиеся по желанию и при непосредственном участии туриста это:

- а) заказной тур
- б) инклюзив тур
- в) пэкидж-тур
- г) инсентив-тур

39. Тур, когда на автобусе группа туристов совершает путешествие по нескольким городам и странам это:

- а) маршрутный тур
- б) чартерный рейс
- в) групповой тур

Уметь: компетентно определять необходимую структуру и содержание туристского продукта

1. Сопоставьте аббревиатуры, обозначающие тип питания, с соответствующими расшифровками:

- 5. BB
- 6. AL
- 7. FB
- 8. RO, AO, BO

- а) Без питания
- б) Полный пансион (Завтрак+Обед+Ужин)
- в) «Все включено», в том числе спиртные напитки местного производства)
- г) Только завтрак

2. Составьте аббревиатуры, обозначающие тип размещения, с соответствующими расшифровками:

- 1. DBL
- 2. DBL+EXB
- 3. SNGL
- 4. TRPL

- а) Трое взрослых в номере (на полноценных кроватях)
- б) Одноместный номер
- в) Трое взрослых в номере (третий на дополнительной кровати)
- г) Двухместный номер

3. Сопоставьте аббревиатуры, обозначающие тип питания, с соответствующими расшифровками:

- 1. HB
- 2. FB
- 3. UAL
- 4. RO

- а) Без питания
- б) «Ультра все включено», в т.ч. спиртные напитки местного и импортного производства
- в) расширенный полный пансион, завтра+обед+ужин
- г) шведский стол, а также напитки полупансион

4. Сопоставьте термины, обозначающие вид из окна номера, с соответствующими расшифровками:

- 1. Sea view
- 2. Pool view

3. Garden view
4. ROH
5. Sea Side view (SSV)

- а) Боковой вид на море
- б) Размещение в отеле без уточнения типа номера и вида из окна
- в) Вид на сад
- г) Вид на бассейн
- д) Вид на море

5. Инклюзив-тур – это _____ (продолжите определение).

6. Пэкидж-тур – это _____ (продолжите определение).

7. К основным услугам тура относят: _____ (закончите предложение).

8. В соответствии с ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» Туристский продукт – это _____ (продолжите предложение).

9. Инсентив-тур – это _____ (продолжите определение).

10. К основным потребительским свойствам туристского продукта относится:

- 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) целостность - завершенность продукта, его способность полностью удовлетворить туристскую потребность
- д) ясность - потребление продукта, его направленность должны быть понятны как туристу, так и обслуживающему персоналу
- е) простота в эксплуатации
- ж) гибкость - способность продукта и системы обслуживания приспособиться к другому типу потребителя и быть невосприимчивым к замене обслуживающего персонала
- з) полезность - способность служить достижению одной или нескольких целей (например, отдых и познание), удовлетворять те или иные потребности туриста
- и) восприимчивость – способность воспринимать туристский продукт

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

12. Охарактеризовать в письменном виде сущность и специфические особенности турпродукта.

13. Перечислите основные недостатки инклюзив-тур. Ответ представьте письменно.

14. Перечислите основные достоинства пэкидж-тура. Ответ представьте письменно.

15. К дополнительным услугам тура относят: _____ (закончите предложение).

Владеть: способностью к разработке туристского продукта

1. Составить программу обслуживания инсентив-тура в Сочи и рассчитать цену обслуживания на 1 человека по программе.

Количество туристов: 40 человек.

Продолжительность программы: 4 дня/ 3 ночи.

Транспорт до Сочи: авиа.

Размещение уровня 3–4*, 2-х местное.

Обязательные услуги по программе: проживание, 3-х разовое питание, экскурсии, развлекательные мероприятия, активный отдых с элементами тимбилдинга, гала-ужин в загородном ресторане, трансфер на встречу и проводы.

2. Составить программу обслуживания группы иностранных туристов в Сочи и рассчитать цену обслуживания на 1 человека по программе.

1) Количество туристов: 15 человек + 1 сопровождающий.

2) Продолжительность программы: 4 дня/ 3 ночи.

3) Транспорт до Сочи: авиационный.

4) Размещение уровня 4*, 1-но, 2-х местное, сопровождающий размещается в 1-местном номере.

5) Обязательные услуги по программе: проживание, 2-х разовое питание (ужины или обеды в ресторанах с национальной кухней), 3 экскурсии, трансфер на встречу и проводы.

3. Составить программу обслуживания международной конференции в Сочи и рассчитать цену обслуживания на 1 человека по программе.

1) Количество участников: 100 человек.

2) Продолжительность программы: 3 дня/ 2 ночи.

3) Транспорт до Сочи: авиационный.

4) Размещение уровня 4–5*, 2-х местное.

Обязательные услуги по программе: проживание, 3-х разовое питание, заседание конференции, 1 экскурсия, гала-ужин, трансфер на встречу и проводы.

4. Составить программу обслуживания группы школьников в июне в Сочи и рассчитать цену обслуживания на 1 человека по программе:

1) Количество туристов: 20 человек +1 руководитель.

2) Продолжительность программы: 4 дня/ 3 ночи.

3) Транспорт до Сочи: железнодорожный.

4) Размещение в номерах 2-х, 3-х местное, руководитель размещается в 1-местном номере.

Обязательные услуги по программе: проживание, 2-х разовое питание, 3 экскурсии, 1 развлекательное мероприятие, трансфер на встречу и проводы.

5. 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).

6. Соблюдая принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия, составьте: программу обслуживания туристов по дням, которая составляется непо-

средственно перед заездом (группа школьников из Москвы на 3 дня, без учета дней заезда и отъезда туристов, с экскурсионно-познавательными целями).

7. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Муром: - Познавательный тур по Мурому - 2 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по набору услуг)

8. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Муром: - Спортивно-оздоровительный тур по Мурому - 2 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по дням обслуживания)

9. Приведите примеры инклюзив-тура. Приведите примеры фирм, предлагающих заказные туры. Чем инклюзив тур отличается от заказного тура.

10. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Муром: - Религиозный тур по Мурому и Муромскому району - 2 дня - без учета дней заезда и отъезда туристов (по набору услуг)

ПК-1 владение теоретическими основами проектирования, готовность к применению основных методов проектирования в туризме;

Знать: туристскую инфраструктуру и роль оператора и агента в ней; основные направления туроператорской и турагентской деятельности; технологии работы туроператора и турагента; теоретические основы проектирования в туризме

1. Укажите три типа туризма:

- а) внутренний
- б) международный
- в) въездной
- г) выездной
- д) национальный
- е) туризм в пределах страны

2. Укажите три категории туризма:

- а) внутренний
- б) международный
- в) въездной
- г) выездной
- д) национальный
- е) туризм в пределах страны

3. Посетители, прибывшие в страну на круизном судне и ночующие на нем, относятся к:

- а) туристам
- б) экскурсантам

4. Путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно, с соблюдением установленных государством норм и правил, относятся к:

- а) социальному туризму

- б) самодеятельному туризму
- в) внутреннему туризму

5. Туроператор занимается созданием, продвижением и реализацией:

- а) туристских товаров
- б) туристских услуг
- в) туристского продукта

6. Что представляют собой «поставщики услуг»?

- а) каналы продвижения турпродукта
- б) каналы реализации турпродукта
- в) предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов.

7. Туристская фирма (организация), занимающаяся комплектацией туров по договорам с поставщиками услуг и в соответствии с потребностями туристов это:

- а) Туроператор
- б) Турбюро
- в) Турклуб
- г) Турагентство

8. Розничный продавец, прибыль которого получается из комиссионных за продажу чужого туристского продукта.

- а) Турагент
- б) Туроператор
- в) Турклуб
- г) Турбюро

9. По виду деятельности туроператоры подразделяются на:

- а) массового рынка и специализированные
- б) внутренние, выездные и принимающие
- в) Инициативные и рецептивные

10. По месту деятельности туроператоры подразделяются на:

- а) массового рынка и специализированные
- б) внутренние, выездные и принимающие
- в) инициативные и рецептивные

11. Операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими операторами или напрямую с туристскими предприятиями.

- а) Рецептивные
- б) Инициативные
- в) Специализированные
- г) Внутренние

12. Туроператоры на приеме, которые комплектуют туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договора с поставщиками услуг

- а) Рецептивные
- б) Инициативные

- в) Специализированные
- г) Внутренние

13. Функциями туроператора не являются:

- а) Строительство гостиниц для размещения туристов
- б) Изучение потребностей потенциальных туристов на туры и туристские программы
- в) Составление перспективных программ обслуживания, туров и апробация их на рынке с целью выявления соответствия потребностям туристов
- г) Рекламно-информационная деятельность для продвижения своего туристского продукта к потребителям

14. Функциями туроператора не являются:

- а) Обслуживание туристов в барах и ресторанах
- б) Продвижение и реализация туров потребителям через систему турагентств.
- в) Контроль за надежностью и качеством обслуживания.
- г) Постоянная оперативная связь с туристами во время обслуживания, решение возникающих вопросов.

15. Функциями туроператора не являются:

- а) Перевозка туристов и багажа к месту временного пребывания
- б) Расчет стоимости тура, трансфера и определение цены с учетом рыночной ситуации. Установление тарифов и цен на свои услуги по комплектации туров разного состава, классности и др.
- в) Обеспечение туристов, путешествующих по маршрутам туров, всеми необходимыми материалами рекламно-сувенирного характера, специальным снаряжением и инвентарем.
- г) Подготовка, подбор и назначение на маршруты кадров, выполняющих функции контакта с туристами, координации и контроля за выполнением программ обслуживания

16. Чем занимаются операторы массового рынка?

- а) Продаются турпакеты с использованием чартерных авиарейсов в места массового туризма.
- б) Специализируются на определенном продукте или сегменте рынка.
- в) Составляют турпакеты с маршрутами в пределах страны проживания.
- г) Базируются в стране пребывания и занимаются обслуживанием туристов.

17. Как называют туроператоров, отправляющих туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими операторами или напрямую с туристским предприятием?

- а) Местные туроператоры
- б) Выездные туроператоры
- в) Тур операторы на приеме
- г) Инициативные туроператоры

18. Что НЕ относится к функции туроператора?

- а) Изучение потребностей потенциальных туристов на туры и туристские программы.
- б) Взаимодействие с поставщиками услуг на договорной основе (с гостиницами, предприятиями питания, транспортными предприятиями и т.д.).

- в) Рекламно-информационная деятельность для продвижения своего туристского продукта к потребителям.
- г) Продвижение и реализация туров исключительно через туроператора.

19. Инициативные туроператоры:

- а) туроператоры, отправляющие туристов за рубеж и в другие регионы своей страны, по договорам с принимающими турфирмами, или напрямую с производителями туристских услуг
- б) туроператоры на приеме
- в) турагентские фирмы

20. Социальный туризм:

- а) путешествия, субсидированные из средств, выделяемых государством на социальные нужды
- б) путешествия, осуществляемые за счет средств спонсорской помощи
- в) путешествия групп туристов, организованные различными предприятиями

21. Основные различия между туроператорами и турагентами:

- а) турагент действует на рынке как различный продавец и его прибыль формируется из комиссионного вознаграждения за продажу чужого туристического продукта
- б) турагент реализует собственные туристский продукт
- в) существенных различий в деятельности нет

22. Туроператорская деятельность представляет собой

- а) Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом
- б) Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом
- в) Деятельность по формированию и продвижению туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом

23. Турагентская деятельность представляет собой

- а) Деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
- б) Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
- в) Деятельность по формированию и продвижению туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем

24. Туризм выездной - это

- а) Путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно
- б) Путешествия в пределах Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации
- в) Путешествие лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну

25. Туристская индустрия представляет собой

- а) Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем
- б) Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков
- в) Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия

26. Инициативные туроператоры

- а) наиболее активные на рынке туристских услуг туроператорские фирмы
- б) операторские фирмы, специализирующиеся на рынке внутреннего туризма
- в) операторские фирмы, специализирующиеся на рынке въездного туризма
- г) операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) туроператорами или напрямую с предприятиями туристской индустрии

27. К функциям туроператоров относятся

- а) изучение потребностей потенциальных туристов на туристские программы и туры
- б) взаимодействие с поставщиками на туры на договорной основе (гостиницами, предприятиями питания, экскурсионными фирмами и др.)
- в) расчет стоимости тура с учетом ситуации на рынке
- г) продвижение и реализация туров потребителям
- д) разработка законодательной и нормативно-правовой документации

28. В классификацию туристских ресурсов входят

- а) природные
- б) исторические
- в) социально-культурные
- г) лечебно-оздоровительные местности и курорты
- д) транспортные компании

29. Классами обслуживания в туризме условно называются

- а) туристских услуг, прошедшие стандартизацию
- б) обеспечение безопасности и надежности обслуживания туристов туроператорской фирмой
- в) уровень обслуживания при проектировании туров («люкс», первый класс, туристский класс, экономический класс)
- г) соответствие туристского продукта требованиям, изложенным в ГОСТ Р 50681-2010 «Проектирование туристских услуг»

30. Согласно Закону РФ «О защите прав потребителей» потребитель имеет право на полную и достоверную информацию о

- а) продукте, товаре, (услуге)
- б) фирменном наименовании и месте его расположения
- в) ответственности за качество продукта, товара (услуги)

г) персональных данных руководителя предприятия

31. Размер финансового обеспечения для туроператорских фирм, осуществляющих деятельность только на внутреннем рынке (согласно Закону РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации») составляет

- а) 300 тысяч рублей
- б) 500 тысяч рублей
- в) от 3 млн. рублей в зависимости от оборота фирмы
- г) 30 млн. рублей
- д) Нет правильного ответа

32. Отношения между туристом и туристской фирмой регулируются следующими документами

- а) Гражданским кодексом РФ
- б) законом РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
- в) законом РФ «О границе»
- г) законом «О защите прав потребителей»
- д) договором с Фирмой
- е) Нет правильного ответа

33. В обязанности туриста во время совершения путешествий, согласно Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» входит

- а) соблюдать законодательство страны (места) временного пребывания
- б) соблюдать правила въезда в страну временного пребывания
- в) сохранять окружающую среду
- г) беспрепятственный доступ к средствам связи

34. Финансовое обеспечение туроператорских фирм оформляется в виде договора между

- а) рецептивным и инициативным туроператорами
- б) туроператорской фирмой и страховой компанией
- в) туроператорской фирмой и банком
- г) туроператорской фирмой и Российским союзом туриндустрии

35. Срок действия финансового обеспечения не может быть

- а) менее 5 лет
- б) менее года
- в) менее 1 месяца
- г) менее 10 лет
- д) нет правильного ответа

36. Для туроператоров, работающих в сфере внутреннего и въездного туризма, сумма страхования гражданской ответственности должна быть не менее:

- а) 500 тыс. руб.
- б) 1 млн. руб.
- в) 250 тыс. руб.
- г) нет правильного ответа

37. Для туроператоров, работающих в сфере выездного туризма, сумма страхования гражданской ответственности должна быть не менее:

- а) 500 тыс. руб.
- б) 10 млн. руб.
- в) 30 млн. руб.
- г) нет правильного ответа

38. Ответственность перед туристом за качество и безопасность туристского продукта (на основе «Закона РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации») несет

- а) инициативный туроператор
- б) рецептивный туроператор
- в) турагентская фирма
- г) МЧС Российской Федерации
- д) нет правильного ответа

39. Основным документом, определяющим требования к технологии проектирования туристских услуг, является

- а) ГОСТ Р 50644-2009 – Туристские услуги. Требования к обеспечению безопасности туристов.
- б) ГОСТ Р 50681-2010 – Туристские услуги. Проектирование туристских услуг
- в) Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
- г) ГОСТ Р 53522-2009 – туристские и экскурсионные услуги. Основные положения
- д) нет правильного ответа

40. Претензии к качеству туристского продукта предъявляются туристской фирме в соответствии со ст. 10 ФЗ «об основах туристской деятельности в РФ» в следующие сроки

- а) в течение 10 дней после окончания действия договора и подлежат удовлетворению в течение 7 дней после получения претензий
- б) в течение 20 дней с момента окончания действия договора и подлежит удовлетворению в течение 10 дней после получения претензии
- в) в течение 30 дней после окончания действия договора и подлежит удовлетворению в течение 3-х месяцев с момента предъявления претензии
- г) нет правильного ответа

41. Сроки рассмотрения претензий туристов, касающихся качества туристского продукта согласно ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ» составляют

- а) 20 дней со дня окончания тура
- б) 10 дней со дня подачи претензии
- в) 30 дней со дня окончания тура
- г) 15 дней со дня окончания тура
- д) нет правильного ответа

42. В случае отказа в претензии к туроператорской фирме по поводу «Неоказания или ненадлежащего оказания туристских услуг» турист имеет право

- а) обратиться в суд
- б) обратиться за разъяснением в РСТИ
- в) потребовать отзыв лицензии у туроператорской фирмы
- г) подать жалобу в прокуратуру
- д) нет правильного ответа

43. Для получения компенсации по поводу «Неоказания и ненадлежащего оказания туристских услуг» турист должен представить следующие документы

- а) заявление
- б) страховой полис
- в) договор «О туристском обслуживании»
- г) документ, подтверждающий факт «неоказания или ненадлежащего оказания « туристских услуг
- д) нет правильного ответа

44. Нормативные документы, содержащие требования к качеству туристских услуг, для осуществления контроля качества

- а) Гражданский кодекс РФ
- б) ГОСТ Р 50644-2009 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»
- в) ГОСТ Р 50691-94 «Модель обеспечения качества услуг»
- г) Закон «О защите прав потребителей»
- д) нет правильного ответа

45. Система классификации горнолыжных трасс и требования по обеспечению безопасности изложены в

- а) ГОСТ Р 50644-2009 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов»
- б) Приказ Минспорттуризма РФ от 25.01.2011 № 35 «Об утверждении порядка классификации ...»
- в) Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
- г) ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения»
- д) нет правильного ответа

46. Туристские фирмы при оформлении визовых формальностей работают с заграничным паспортом

- а) моряка
- б) дипломатическим (зеленым)
- в) служебным
- г) общегражданским (красным)

47. В категорию туристских формальностей входят:

- а) паспортно-визовые формальности
- б) таможенные формальности
- в) валютный контроль
- г) санитарный и эпидемиологический контроль
- д) страхование туристов
- е) все перечисленные виды

48. Туристская виза это:

- а) отметка в паспорте дипломатическими представителями иностранных государств, дающие право на временный въезд в страну с целью туризма и отдыха
- б) документ, дающий право на временный въезд в страну;
- в) документ, дающий право на временный въезд в страну и право заниматься на данный период времени трудовой деятельностью в стране временного проживания

49. Согласно ст.14 Закона РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» под безопасностью туризма понимается:

- а) личная безопасность туристов, сохранность их имущества и нанесение ущерба окружающей; природной среде при совершении путешествий
- б) санитарно-эпидемиологическая безопасность туристов и сохранность их имущества
- в) медицинское страхование
- г) обеспечение личной безопасности и здоровья туристов

50. Для чего может потребоваться заверенное разрешение на выезд ребенка?

- а) для оформления медицинской страховки
- б) для личного спокойствия
- в) для пересечения границы
- г) для поселения в отель

51. Куда в первую очередь должен обратиться турист, у которого есть страховой полис, если наступит страховое событие?

- а) к гиду отеля
- б) в круглосуточный диспетчерский центр сервисной компании или страховщика по телефону, указанному в страховом полисе
- в) в любое медицинское учреждение
- г) к туроператору, у которого был приобретен тур

52. Какие документы необходимы взрослому туристу, отправляющемуся по путевке за границу?

- а) загранпаспорт, свидетельство о рождении, ваучер, авиабилет, медицинская страховка
- б) загранпаспорт, ваучер, авиабилет, медицинская страховка
- в) загранпаспорт, паспорт РФ, ваучер, авиабилет, медицинская страховка, медицинский полис
- г) паспорт РФ, загранпаспорт, ваучер, авиабилет, медицинская страховка

53. Выберите правильный ответ: виза – это

- а) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- б) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- в) документ для выезда из России и возвращения назад на судне
- г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

54. Выберите правильный ответ: общегражданский заграничный паспорт – это

- а) документ для выезда из России и возвращения назад на судне
- б) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- в) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

55. Выберите правильный ответ: паспорт моряка – это

- а) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- в) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
- г) документ для выезда из России и возвращения назад на судне

56. Выберите правильный ответ: шенгенская виза – это

- а) виза, действующая на территории шенгенской зоны, объединяющей более 24 европейских государств
- б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- в) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- г) документ для выезда из России и возвращения назад на судне

57. Выберите правильный ответ: таможенный контроль – это

- а) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента
- б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- в) совокупность мер, осуществляемых таможенными органами в целях обеспечения соблюдения законодательства и международных договоров РФ
- г) совершение действий, свидетельствующих о том, что в ручной клади и сопровождаемом багаже физического лица нет товаров, подлежащих декларированию в письменном виде

58. Выберите правильный ответ: конклюдентное декларирование – это

- а) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента
- б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- в) совокупность мер, осуществляемых таможенными органами в целях обеспечения соблюдения законодательства и международных договоров РФ
- г) совершение действий, свидетельствующих о том, что в ручной клади и сопровождаемом багаже физического лица нет товаров, подлежащих декларированию в письменном виде

59. Выберите правильный ответ: договор о реализации турпродукта – это

- а) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
- б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- в) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии
- г) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента

60. Выберите правильный ответ: туристический ваучер – это

- а) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
- б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой

- в) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии
- г) документ, на основании которого выдается виза

61. Выберите правильный ответ: страховой полис – это

- а) номерной бланк строгой отчетности, выдаваемый туристу страховой компанией или от лица страховщика уполномоченной турфирмой
- б) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта
- в) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний
- г) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя

62. Выберите правильный ответ: памятка туристу – это

- а) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний
- б) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя
- в) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии
- г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

Уметь: *планировать туристскую деятельность и разрабатывать технологические процессы по выполнению комплекса туристских услуг; устанавливать деловые отношения с предприятиями туристской индустрии и смежными организациями (транспортные, визовые службы, страховые компании)*

1. Расставьте цифры обозначающие последовательность основных этапов планирования тура:

- а) продвижение тура
- б) выбор категории или класса обслуживания
- в) разработка тура (проектирование тура)
- г) определение дестинации (страны, турцентра или региона)
- д) продажа тура
- е) выбор направления и вида туризма
- ж) маркетинговые исследования рынка
- з) выбор сезона организации путешествий
- и) подготовка и назначение персонала (гидов, инструкторов, аниматоров и пр.)

2. Основные этапы создания тура:

- а) составление набора объектов-ресурсов
- б) определение соответствующего ресурсам набора туруслуг
- в) разработка программы обслуживания
- г) разделение туруслуг на группы (базовые, целевые, сопутствующие)
- д) распределение их по турцентрам
- е) составление маршрута путешествия
- ж) разработка программы тура

- з) разделение туруслуг на основные и дополнительные
- и) проверка программы тура на степень тематической направленности и территориальной разработки
- к) расчет стоимости тура
- л) составление программы сопровождения

3. Основные разделы договорного плана турфирмы по организации тура:

- а) основной предмет договора
- б) срок действия договора
- в) сроки заключения договора
- г) наименование партнеров (поставщиков – исполнителей услуг)
- д) особые сведения
- е) краткая характеристика каждого партнера

4. Договор туроператора с авиакомпанией включает:

- а) договор на квоту мест на регулярных авиарейсах
- б) агентское соглашение
- в) право выступать в качестве кассы авиакомпании
- г) доступ к системе бронирования авиакомпании и право продажи и выписки билетов под туры именно этой компании
- д) чартерный договор
- е) право лишь информировать клиентов о наличии свободных мест на рейсах без права выписки билетов
- ж) превращение в туроператора-оптовика, продающего блоки мест на «свой чартер»

5. Договор туроператора с лечебно-оздоровительным курортом строится на:

- а) доверии «курортного обслуживания» своих туристов партнеру – администрации санатория или курорта (или встречающей стороне)
- б) организации перемещения туристов на курорт и обратно чартерными рейсами, железнодорожными или автобусными перевозками
- в) наличия у туроператора представительства на курорте (как частного лица, так и целого отделения, филиала)
- г) организации досуга туристов
- д) формирования комбинированных туров, лечебная или оздоровительная часть программы которых разрабатывается турфирмой

6. Договор туроператора со средством размещения включает:

- а) квоту мест с гарантией заполнения 30-80% по низкому тарифу
- б) квоту мест без гарантии заполнения по обычному тарифу
- в) твердую закупку мест с полной оплатой по низкому тарифу
- г) квоту мест без гарантии заполнения по низкому тарифу
- д) текущее бронирование на основе обычных тарифов
- е) частичную оплату выделенной квоты мест, независимо от их заполнения

7. В договоре турфирмы и гостиничного предприятия в обязательном порядке должны быть отражены:

- а) тип номеров и необходимое их количество
- б) стоимость номеров и бронирования

- в) продолжительность сезона обслуживания
- г) сроки и продолжительность разового обслуживания
- д) графики заезда туристов
- е) набор требуемых услуг
- ж) количество и тип (форму) туристского питания
- з) обязательная организация и предоставление приветственного завтрака, обеда или ужина
- и) независимо от выбранного туристами типа питания
- к) штрафные санкции по величине и срокам отказа

8. В договоре туроператора и отдельного предприятия общественного питания должны быть отражены:

- а) количество одновременно обслуживаемых туристов
- б) вид питания
- в) примерные варианты меню
- г) свободный выбор туристами блюд
- д) предоставление местных алкогольных или безалкогольных напитков бесплатно или со е) значительной скидкой
- ж) примерные цены
- з) скидки
- и) сроки подачи заявок
- к) штрафные санкции

9. В договоре туроператора с экскурсионной фирмой должны быть отражены:

- а) количество, названия и продолжительность экскурсий
- б) способ передвижения на них (автобусные, теплоходные, железнодорожные, велосипедные или пешеходные)
- в) сроки подачи заявок
- г) цены на экскурсии
- д) язык подачи материала
- е) штрафные санкции
- ж) квалификация экскурсовода
- з) ФИО экскурсовода
- и) день и время начала экскурсии

10. В договоре туроператора с музеем должны быть отражены:

- а) количество, варианты экскурсий и тематика каждой из них
- б) количество экскурсантов в группе
- в) цены на экскурсии (дифференцировано – на групповые и индивидуальные, по возрастам и т.д.)
- г) количество посещений музея с целью самостоятельного осмотра экспозиций и примерный график посещений
- д) продолжительность пребывания туристов в музее во время осмотра
- е) скидки на групповое посещение музея
- ж) организация питания туристов в предприятии общепита музея
- з) сроки подачи заявок
- и) штрафные санкции

11. Договор туроператора с национальным парком должен включать:

- а) графики заезда туристов
- б) варианты посещений, прогулок, экскурсий и тематику каждого из них
- в) количество туристов в группе
- г) цены на каждое заказываемое мероприятие
- д) варианты размещения, типы номеров и необходимое их количество
- е) стоимость номеров и бронирования
- ж) количество и тип (форму) туристского питания
- з) обязательное включение услуг спортивного характера (охоты, рыбалки, сплава, конных маршрутов)
- и) организация пикников и других развлекательных мероприятий
- к) штрафные санкции

12. Договор туроператора со спортивным клубом или курортом, рыболовной или охотничьей базой должен включать:

- а) графики заездов туристов
- б) варианты посещений, охот, рыбалок, спортивных маршрутов и их тематику
- в) количество туристов в группе
- г) цены на каждое заказываемое мероприятие и за размещение
- д) варианты размещения, типы номеров и необходимое их количество
- е) количество и тип (форму) туристского питания
- ж) подтверждение гарантий безопасности для туристов
- з) обязательное предоставление соответствующего оборудования и снаряжения
- и) обязательное предварительное обучение или тренинг
- к) обязательное сопровождение группы инструкторами
- л) штрафные санкции

13. Чему равен размер финансового обеспечения, отражаемый в договоре страхования гражданской ответственности туроператора или в банковской гарантии (в млн. руб):

А) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере международного туризма _____;

Б) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма _____;

В) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего и международного туризма _____.

14. Выезд за пределы Российской Федерации возможен по одному из четырех видов паспортов. Дополните список.

- д) общегражданский заграничный паспорт
- е) дипломатический паспорт
- ж)
- з)

15. Вставьте пропущенные слова: при выезде ребенка за границу без родителей необходимо их _____ заверенное у _____.

16. Туроператор – это _____ (продолжите определение).

17. Турагент – это _____ (продолжите определение).

18. _____ специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров, то есть путешествий граждан своей страны за ее пределы (впишите пропущенные слова).

19. _____ специализируется на разработке, продвижению и организации туров на территории собственной страны для иностранных граждан (впишите пропущенные слова).

20. _____ - вид туроперейтинга, планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт - то есть туры по территории своей страны для своих сограждан (впишите пропущенные слова).

21. _____ – это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями (впишите пропущенные слова).

22. _____ – это туроператоры на приеме, то есть комплектующие туры и программы обслуживания в месте приема и обслуживания туристов, используя прямые договоры с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досугово - развлекательными учреждениями и т. д.) (впишите пропущенные слова).

23. Операторы _____ продают большое число турпакетов, в которых часто используются чартерные авиарейсы в определенные места назначения, главным образом в места назначения массового туризма (впишите пропущенные слова).

24. _____ – это туроператоры, специализирующиеся на определенном продукте или сегменте рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма и т.д.) (впишите пропущенные слова).

25. На какие группы можно классифицировать туроператоров по размерам. Ответ представьте письменно.

26. По региону деятельности туроператоры делятся на:
_____ (продолжите предложение).

27. Основными функциями туроператора являются:
_____ (продолжите предложение).

28. Основными функциями турагентов являются:
_____ (продолжите предложение).

29. _____ – аутгоинговый (инициативный) туроператор, являющийся активным фрахтователем воздушных судов, принадлежащих местным авиакомпаниям (впишите пропущенное слово)

30. _____ – это аутгоинговые (инициативные) туроператоры, форма работы которых не подразумевает фрахт воздушных судов ни на каких условиях (впишите пропущенное слово)

Владеть: основами туроперейтинга и механизмами построения взаимоотношений между туроператорами и контрагентами туристской деятельности; навыками составления договорной документации

1. Вопрос: Если турист оплачивает страховку в офисе туристской фирмы, должен ли он в случае наступления страхового события предъявлять претензии за неполученную или полученную в ненадлежащем объеме помощь по страховке туристскому предприятию? Несет ли туристская фирма в этом случае ответственность?

2. Определите поставщиков услуг для организации горнолыжного и конгрессного туров. Мотивируйте свои разработки требованиями к обслуживанию данных категорий туристов.

3. Клиенты обратились к инициативному туроператору, отправлявшему туристов в Египет, с претензией. Во время пребывания в Египте они купили у официального партнера (египетского рецептивного туроператора) дополнительную экскурсию на коралловые рифы. Поездка была организована с нарушением элементарных норм безопасности. Катер, рассчитанный на 10 пассажиров, взял на борт 30. В результате сидячих мест всем не хватило. Для того чтобы полюбоваться коралловыми рифами, в открытом море туристам предложили плавать с маской. При этом не был проведен инструктаж по технике безопасности, на борту не было медицинской аптечки, некоторые туристы не умели плавать. Вследствие чего, многие клиенты плавали в зоне маневрирующих поблизости катеров; одного туриста забыли и вернулись за ним лишь через час; клиентку укусила мурена. Несет ли инициативный туроператор, отправивший группу туристов в Египет, ответственность перед туристами за эту дополнительную экскурсию?

3. Туристская компания только что зарегистрирована и планирует подавать документы на включение в реестр туроператоров в сфере внутреннего и въездного туризма.

На каком сайте размещен список документов и порядок их подачи на включение в Единый Федеральный реестр туроператоров?

На какую сумму компании необходимо заключить Договор страхования ответственности?

Сколько составит страховая премия в год, если ее ставка 1,5%?

4. Проведите сравнительную характеристику туроператоров и турагентов. Результаты необходимо оформить в виде таблицы

Таблица – Сравнительная характеристика туроператоров и турагентов

Отличительный признак	Туроператор	Турагент
1. Определение в соответствии с ФЗ от 24.11.1996 N 132-ФЗ (ред. от 05.04.2016) "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации"		
2. Основные функции		
3. Система доходов		
4. Принадлежность к турпродукту		

5. Ответьте письменно на следующий вопрос: «Объясните, может ли инициативный туроператор одновременно быть рецептивным?»

6. На основании ниже представленного маршрута и программы обслуживания необходимо подготовить технологическую карту.

Фирма, проводящая маршрут, арендует автобус «Мерседес» на 23 посадочных места.

3-дневный тур

1 день

10-00 - выезд на автобусе из Москвы.

13-00 - приезд в Балашиху. Это один из центров народных промыслов. В этом древнем городе издавна занимались кружевоплетением, росписью фарфоровых тарелок с видами города, резьбой по дереву, бисероплетением, художественной строчкой. В Балашихе находятся музеи, где экспонируются эти образцы декоративно-прикладного искусства. Здесь планируется посещение музея кружевоплетения и бисероплетения. Продолжительность- 1,5 часа.

15-00 – обед в столовой.

16-00 - экскурсия в музей росписи фарфора. Продолжительность - 1,5 часа.

17-30 - выезд на автобусе в Павловский Посад. Этот старинный город, бывшее село Вохна - центр художественной росписи тканей. В городе находится выставочный зал, где художники по тканям представляют свои работы. Также создан музей на платочной фабрике с образцами старинных и современных тканей. В Павловском Посаде есть детская художественная школа, в которой продолжают традиции ручной набойки павловского платка.

18.00 - размещение в гостинице Павловского Посада. Гостиница рассчитана на 50 номеров, есть тренажерный зал, крытый бассейн, конференц-зал, бар, ресторан. В стоимость номера входит:

- плата за проживание;
- завтрак, обед, ужин;

20.00 – ужин;

20.00-22.00 - свободное время.

2 день

9.00 - завтрак в гостинице.

10.30 - пешеходная экскурсия в музей на платочной фабрике (2 часа) и в выставочный зал (1 час) с заходом на колокольню Дмитровского собора.

14.00 - обед в гостинице.

15.30 - переезд на автобусе в поселок Ликино-Дулево (рядом с городом Орехово-Зуево), в котором находится завод, выпускающий фарфоровую посуду.

16.30 - приезд в поселок и экскурсия на завод (2 часа). В этом поселке находится небольшой гостиничный комплекс, рассчитанный на 30 человек.

18.30 - переезд на автобусе в Орехово-Зуево и размещение в гостинице, аналогичной Павловско-Посадской. Стоимость включает плату за проживание, ужин и завтрак.

19.00-ужин.

20.30-22.00 - свободное время.

3 день

10.00 - прощальный завтрак в гостинице.

11.30- экскурсия по городу (2 часа).

13.30 - выезд из Орехово-Зуево.

16.00 - приезд в Москву.

7. Составить информационный листок к туристическому путешествию: Фольклорно-этнографический тур по г. Москве на 5 дней.

5-дневный тур

1-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.

09.30 – Обзорная экскурсия по Москве.

14.00 – Обед в ресторане гостиницы «Россия».

15.00 – Экскурсия в Кремль с посещением Оружейной палаты.

19.00 – Ужин в гостинице.

20.00 – Балет в Большом театре (балет «Щелкунчик»).

23.30 – Отдых в ночном клубе «Метелица» (услуга за дополнительную плату).

2-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.

09.30 – Экскурсия по монастырям Москвы.

14.00 – Обед в гостинице.

15.00 – Свободное время.

19.00 – Ужин в гостинице.

20.00 – Прогулка по вечерней Москве.

23.00 – Возвращение в гостиницу.

3-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.

10.00 – Фольклорный праздник в Коломенском.

13.00 – Обед на природе.

15.00 – Экскурсия по Арбату.

19.00 – Ужин в ресторане «Прага».

20.00 – Свободное время.

4-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.

10.00 – Экскурсия в Третьяковскую галерею.

14.00 – Обед в кафе «Остоженка».

15.30 – Фольклорно-этнографический театр.

20.00 – Ужин в гостинице.

21.00 – Спектакль в Большом театре («Кармен»).

00.00 – Свободное время.

5-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.

09.30 – Экскурсия в Сергиев Посад с посещением Троице-Сергиевой лавры.

14.00 – Обед в Сергиевом Посаде.

15.00 – Прогулка по центру Москвы, шопинг.

19.00 – Возвращение в гостиницу. Прощальный ужин. Вручение памятных сувениров.

22.00 – Свободное время.

23.30 – Сбор у гостиницы. Посадка в трансфер.

00.30 – Прибытие в аэропорт «Шереметьево-2».

01.30 – Вылет из Москвы.

8. Составить технологическую карту к туристическому путешествию: Фольклорно-этнографический тур по г. Москве на 5 дней.

5-дневный тур

1-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.

09.30 – Обзорная экскурсия по Москве.

14.00 – Обед в ресторане гостиницы «Россия».

15.00 – Экскурсия в Кремль с посещением Оружейной палаты.

19.00 – Ужин в гостинице.
20.00 – Балет в Большом театре (балет «Щелкунчик»).
23.30 – Отдых в ночном клубе «Метелица» (услуга за дополнительную плату).

2-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.
09.30 – Экскурсия по монастырям Москвы.
14.00 – Обед в гостинице.
15.00 – Свободное время.
19.00 – Ужин в гостинице.
20.00 – Прогулка по вечерней Москве.
23.00 – Возвращение в гостиницу.

3-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.
10.00 – Фольклорный праздник в Коломенском.
13.00 – Обед на природе.
15.00 – Экскурсия по Арбату.
19.00 – Ужин в ресторане «Прага».
20.00 – Свободное время.

4-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.
10.00 – Экскурсия в Третьяковскую галерею.
14.00 – Обед в кафе «Остоженка».
15.30 – Фольклорно-этнографический театр.
20.00 – Ужин в гостинице.
21.00 – Спектакль в Большом театре («Кармен»).
00.00 – Свободное время.

5-й день:

09.00 – Завтрак в гостинице.
09.30 – Экскурсия в Сергиев Посад с посещением Троице-Сергиевой лавры.
14.00 – Обед в Сергиевом Посаде.
15.00 – Прогулка по центру Москвы, шопинг.
19.00 – Возвращение в гостиницу. Прощальный ужин. Вручение памятных сувениров.
22.00 – Свободное время.
23.30 – Сбор у гостиницы. Посадка в трансфер.
00.30 – Прибытие в аэропорт «Шереметьево-2».
01.30 – Вылет из Москвы.

9. На основании ниже представленного маршрута и перечня услуг на тур «По золотому кольцу России» и программы обслуживания необходимо подготовить технологическую карту.

Маршрут: Москва (2 дня) – Ростов Великий (1 день) – Ярославль (1 день) – Кострома (1 день) – Суздаль (2 дня) – Владимир (проездом) – Москва
11 дней/10 ночей.

Программа обслуживания:

1-й день: Прибытие группы и размещение в гостинице, обзорная экскурсия по Москве.
2-й день: Экскурсия в Московский Кремль с посещением соборов и в Третьяковскую галерею.
3-й день: Выезд в Ростов Великий. Экскурсия в Троицке-Сергиеву лавру (в пути следования), прибытие в Ростов Великий и размещение.
4-й день: Обзорная экскурсия по городу, прогулки, шопинг.

5-й день: Выезд в Ярославль, прибытие и обзорная экскурсия по Ярославлю.
6-й день: Дорога в Кострому, по прибытии – обзорная экскурсия.
7-й день: Дорога в Суздаль, прибытие, размещение, обзорная экскурсия по Суздалью с посещением монастырей и соборов.
8-й день: Обзорная экскурсия по Владимиру с посещением собора. Экскурсия в Музей деревянного зодчества в Суздале.
9-й день: Возвращение в Москву, свободное время, отдых.
10-й день: Посещение московского вернисажа, экскурсия по Московскому метро.
Отъезд – на следующий день рано утром (без питания).
Питание – полный пансион. Размещение в 2-местных номерах гостиниц туристского уровня. Срок действия тура – май – сентябрь. Число человек в группе – 30. Всего групп – 13. Всего человек по маршруту – 300.

10. На основании ниже представленного маршрута и перечня услуг на тур «По золотому кольцу России» и программы обслуживания необходимо подготовить информационный листок.

Маршрут: Москва (2 дня) – Ростов Великий (1 день) – Ярославль (1 день) – Кострома (1 день) – Суздаль (2 дня) – Владимир (проездом) – Москва
11 дней/10 ночей.

Программа обслуживания:

1-й день: Прибытие группы и размещение в гостинице, обзорная экскурсия по Москве.
2-й день: Экскурсия в Московский Кремль с посещением соборов и в Третьяковскую галерею.
3-й день: Выезд в Ростов Великий. Экскурсия в Троицке-Сергиеву лавру (в пути следования), прибытие в Ростов Великий и размещение.
4-й день: Обзорная экскурсия по городу, прогулки, шопинг.
5-й день: Выезд в Ярославль, прибытие и обзорная экскурсия по Ярославлю.
6-й день: Дорога в Кострому, по прибытии – обзорная экскурсия.
7-й день: Дорога в Сухжаль, прибытие, размещение, обзорная экскурсия по Суздалью с посещением монастырей и соборов.
8-й день: Обзорная экскурсия по Владимиру с посещением собора. Экскурсия в Музей деревянного зодчества в Суздале.
9-й день: Возвращение в Москву, свободное время, отдых.
10-й день: Посещение московского вернисажа, экскурсия по Московскому метро.
Отъезд – на следующий день рано утром (без питания).
Питание – полный пансион. Размещение в 2-местных номерах гостиниц туристского уровня. Срок действия тура – май – сентябрь. Число человек в группе – 30. Всего групп – 13. Всего человек по маршруту – 300.

ПК-10 готовность к разработке туристского продукта на основе современных технологий

Знать: *современные технологии проектирования, создания и продвижения туристского продукта*

1. Формирование туристского продукта это

а) процесс изучения туристского рынка

б) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (годы) и другие)

- в) разработка вербальной модели тура
- г) изучение спроса и сегментирование рынка

2. Разработка туроперейтинговой программы, как рецептивного так и инициативного туроператоров, начинается с этапа

- а) согласования целей и задач
- б) планирования, цель которого — обеспечить создание привлекательного и конкурентоспособного туристского продукта для массовой реализации на рынке
- в) работы по подготовке персонала и информационного обеспечения
- г) продвижения туристского продукта

3. Первый этап планирования туроперейтинговой программы это

- а) подготовка к переговорам с потенциальными партнерами
- б) расчет стоимости тура
- в) маркетинговые исследования рынка
- г) заключение договоров с поставщиками услуг

4. Для выявления основных параметров рыночного спроса необходимо запланировать на первом этапе следующие виды исследований

- а) определение территориальных границ рынка потребителей
- б) определение социального состава потенциальных потребителей
- в) определение конечной цены туристского продукта
- г) определение возможных объемов и сезонность спроса
- д) изучение экономических факторов, влияющих на спрос

5. Последним этапом в планировании туроперейтинговой программы рецептивного туроператора является

- а) планирование переговоров с авиакомпаниями
- б) планирование системы продвижения туристского продукта
- в) заключение договоров с поставщиками услуг
- г) выбор маршрута и разработка программы тура

6. Основным объектом планирования рецептивного туроператора для разработки новой туроперейтинговой программы является

- а) рекреационно-туристский регион
- б) турист
- в) турагентская фирма
- г) предприятие размещения

7. Продвижение и реализация туристского продукта турагентом осуществляется на условии

- а) только договора между туроператором и турагентом
- б) устного соглашения между туроператором и турагентом
- в) договора между турагентом и страховой компанией
- г) международного стандарта

8. Оптовая реализация туристского продукта между инициативным и рецептивным туроператорами осуществляется на основе

- а) договора-поручения
- б) договора комиссии

- в) договора о безвозмездной передаче прав собственности
- г) договора аренды
- д) агентского соглашения
- е) договора купли-продажи

9. При подборе партнеров по сбыту туристского продукта необходимо руководствоваться

- а) наличием права у фирмы заниматься туристской деятельностью
- б) кредитоспособностью фирмы
- в) отсутствием у фирмы партнеров
- г) дееспособностью фирмы

10. При работе с зарубежными партнерами на условиях безвалютного обмена, к договору между сторонами необходимо прилагать

- а) законодательные акты сторон, регламентирующие туристскую деятельность
- б) расчет валютных платежей (или сводная ведомость туродней)
- в) график заезда групп туристов с указанием дат прибытия и отправления
- г) описание условий приема с указанием вида и класса услуг

11. Суть соглашения о франчайзинге с известной фирмой

- а) состоит в получении конкурентных преимуществ для небольшой и малоизвестной фирмы за счет известной торговой марки при отсутствии дополнительных затрат
- б) небольшие и малоизвестные фирмы включаются в сбытовую сеть известной корпорации и получают исключительные права на реализацию услуг под успешным брендом
- в) преимущества получают небольшие фирмы за счет отсутствия ответственности за качество и безопасность предоставляемых услуг
- г) известные компании получают возможность контролировать рынки с минимальными затратами

12. Нормативной основой для проектирования тура служат следующие документы

- а) ГОСТ Р 50681-2010 Туристские услуги. Проектирование туристских услуг
- б) Закон «О защите прав потребителей»
- в) Конституция РФ
- г) Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

13. Основой для проектирования тура должна служить

- а) характеристика предприятий размещения
- б) вербальная модель тура (краткое описание)
- в) ценовая политика фирмы
- г) районная планировка

14. Программа обслуживания это

- а) набор услуг
- б) маршрут тура
- в) набор услуг предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура
- г) набор требований для разработки тура

15. Программы обслуживания классифицируются по

- а) технологии обслуживания
- б) целям путешествия
- в) способу передвижения
- г) составу участников

16. В набор технологической документации для каждого тура обязательно включается

- а) технологическая карта
- б) график загрузки туристского предприятия
- в) информационный листок к путевке туристского путешествия
- г) отчет руководителя туристской группы
- д) программа обслуживания туристов

17. График загрузки туристских предприятий по маршруту отражает

- а) требования по безопасности
- б) реальную загрузку предприятий, что позволяет ее отслеживать и контролировать
- в) предложения по совершенствованию маршрута
- г) программу тура

18. В перечень обязательной информации, включаемой в информационный листок, входит

- а) указание вида и типа туристского путешествия
- б) содержание программы обслуживания на маршруте
- в) информация о возрастных ограничениях
- г) перечень рисков, подлежащих обязательному страхованию

19. Обязательные требования при проектировании тура

- а) точность и своевременность исполнения
- б) соответствие назначению
- в) безопасность жизни и здоровья туристов
- г) сохранность имущества и не нанесение ущерба окружающей среде

20. Методы контроля безопасности и качества проектируемого тура

- а) визуальные
- б) аналитические
- в) статистические
- г) социологические

21. 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.).

22. Технологии продаж в туризме

- а) Исследование тенденций, формирование прогнозов;
- б) Формирование продукта;
- в) Управление продажами;
- г) Выплата страховых обязательств
- д) Создание товарного знака

23. Формы обслуживания туристов на предприятиях общепита:

- а) а ля карт
- б) табльдот
- в) шведский стол
- г) у стойки
- д) заказ в номер
- е) заказ блюда в зале

24. Пансион как вид обслуживания включает:

- а) трехразовое питание;
- б) размещение +трехразовое питание;
- в) встречу и трансфер, размещение и трехразовое питание.

25. 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

26. Можно выделить некоторые негативные последствия организации выездных туров с помощью прямой схемы работы отечественного туроператора с зарубежными поставщиками туристских услуг:

- а) Необходимость владения колоссальной информационной базой
- б) Высокие издержки и необходимость командировок в курортные местности
- в) Необходимость международных переводов денежных средств
- г) возможность заключения выгодных договоров туроператора и отельеров
- д) отсутствие необходимости переплачивать за посреднические услуги иностранным партнерам
- е) необходимость учета специфики работы персонала зарубежных фирм

27. К достоинствам организации отечественным туроператором выездных туров посредством услуг зарубежных meet-компаний можно отнести следующие:

- а) текущая информация о предложениях отельеров, наличии мест, описании отелей и т.п. исходит из одного источника
- б) значительно меньшие издержки
- в) упрощение или значительное облегчение международных переводов валюты
- г) возможное удорожание турпакета по сравнению со схемой работы напрямую с поставщиками туруслуг
- д) проникновение иностранных туроператоров на отечественный рынок, угроза российскому туроперейтингу остаться без работы
- е) определение единственного ответственного за качественное предоставление туруслуг

28. При подборе партнеров по сбыту необходимо учитывать:

- а) правоспособность фирмы
- б) кредитоспособность фирмы
- в) дееспособность фирмы
- г) все ответы верны

Уметь: *использовать современные технологии проектирования, создания и продвижения туристского продукта*

1. 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.

2. 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).

3. 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.

4. 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.

5. Путешествие с активным способом передвижения, осуществляемое с образовательными, оздоровительными, спортивными и исследовательскими целями, - это _____ (вставьте пропущенное слово).

6. Франчайзинг – это _____ (продолжите определение).

7. «Все включено» (all inclusive) это:

- а) Система обслуживания в отелях, при которой питание, и отдельные виды услуг не требуют дополнительной оплаты. Как правило, постояльцу предоставляется четырехразовое питание и закуски (включая напитки местного производства) в течение всего светового дня (обычно до 00.00 часов).
- б) Система обслуживания в отелях, при которой питание НВ (завтрак ужин) включено в стоимость проживания, и отдельные виды услуг требуют дополнительной оплаты. В. Система обслуживания в отелях, при которой питание ВВ (завтрак ужи) включено в стоимость проживания, и отдельные виды услуг требуют дополнительной оплаты.
- в) Система обслуживания в отелях, при которой питание, и отдельные виды услуг не требуют дополнительной оплаты. Как правило, постояльцу предоставляется четырехразовое питание и закуски (кроме напитков) в течение всего светового дня (обычно до 00.00 часов). + пользование SPA салона- ми и водными видами спорта.

8. Конфиденциальные тарифы это:

- а) Условие приобретения блоков мест, характеризующееся полной или частичной (не менее 50 %) предоплатой заявленного количества номеров непосредственно перед сезоном, а также практической невозможностью туроператора отказаться от заявленного блока до окончания сезона.
- б) Когда сам туроператор или авиакомпания осуществляют торговлю не турпакетами или авиабилетами, а единичными туристическими услугами, позволяя агентам самостоятельно комплектовать и просчитывать стоимость полного тура; представляют собой перечень предлагаемых туроператором единичных туристических услуг и их нетто-цену.
- в) SPO
- г) Сезонные тарифы туроператоров.

9. Классы обслуживания – категории, используемые для обозначения уровня обслуживания:

- а) VIP
- б) «люкс»
- в) первый

- г) туристский
- д) бизнес-класс
- е) экономический

10. Типы питания туристов (с размещением):

- а) полный пансион FB
- б) полупансион HB
- в) только завтрак BB
- г) без питания B
- д) самостоятельное приготовление пищи
- е) свободный выбор типа питания любым туристом в каждый из дней

11. Отметьте из нижеперечисленного вид размещения «трое взрослых+ ребёнок 2-12 лет»:

- а) SNGL+ CHD (2-12)
- б) DBL+CHD (2-12)
- в) TRPL+CHD (2-12)
- г) TRPL+CHD (0-12)

12. Отметьте из нижеперечисленного вид размещения «номер с видом на бассейн».

- а) Sea View (S/V)
- б) Garden View (G/V)
- в) Pool View (P/V)
- г) Mountain View (M/V)

13. Номер SUP – Superior – это:

- а) Обладает всеми преимуществами номера Deluxe, но еще более просторный и роскошно обставленный и отделанный, чаще всего состоящий из одной, гораздо реже, но из 2-х отдельных комнат (спальни и гостиной). Дороже Standard обычно на 30-60%.
- б) Полностью аналогичный по размеру и условиям со Standard. Отличается от последнего либо более живописным видом из окна, либо более обновленной и улучшенной обстановкой или/и отделкой. Такие номера составляют примерно 10-40% всего номерного фонда отелей. Дороже Standard обычно на 10-25%.
- в) Один из самых престижных видов номеров для состоятельных клиентов. Обычно, как минимум, в 2 раза дороже номеров Standard. Состоит из 2-х (спальня и гостиная) или 3-х (плюс кабинет или дополнительная спальня) комнат, имеет роскошную отделку, обладает особенно живописным видом из окна, часто имеет 2-й туалет рядом со спальней и ванну-джакузи, халаты, кофейные принадлежности и массу других приятных вещей. Иногда эти номера расположены на специальных этажах, отделенных доступом от всех других, со своим лобби, комнатой для завтрака и, часто, оздоровительным центром. Оплата идет за весь номер, вне зависимости от числа проживающих, в пределах, дозволенных вместимостью номера.
- г) Разновидность однокомнатных апартаментов Standard или Family с оборудованной кухней или кухонным уголком. Удобно для семей с детьми ценящих низкие цены и свою независимость в отдыхе.

14. CONNECTED ROOMS это:

- а) Обычно Стандартный номер для семьи с 2-3 детьми, состоящий из 2 комнат - спальни и гостиной или 3 комнат - 2-х спален и гостиной (реже из одной большой

комнаты с несколькими полноценными кроватями). Оформление и обстановка номера данного номера в подавляющем большинстве случаев на уровне номеров Standard, Superior, гораздо реже Deluxe и стоит немногим их дороже, обычно на 20-50%. Такие номера встречаются очень редко и составляют около 10-20% всего номерного фонда отелей.

б) Одно, двух, трех, реже четырех, пяти или шести-комнатный номер, обычно соответствующий по своей обстановке, оборудованию и отделке номеру Standard или Family, с оборудованной кухней или кухонным уголком, для размещения обычно от 2 до 12 человек и более. Оплата идет за весь номер-аппартамент, вне зависимости от числа проживающих, в пределах дозволенных вместимостью номера и не включает питание. Удобно для самостоятельных групп или семей ценящих низкие цены и свою независимость в отдыхе.

в) Номера, имеющие дверь-переход из одного в другой. Очень удобно для проживания вместе семей из 4 - 6 человек или родителей с 2 и более детьми, так как двухкомнатный Люкс стоит дороже. Однако такие номера встречаются не во многих отелях и бывают, в основном, категории Standard, иногда Superior или Deluxe.

г) Обычный однокомнатный номер, самый недорогой, но и самый популярный и востребованный, так как самый недорогой и имеет все необходимые условия. Такие номера составляют примерно 50-90 % всего номерного фонда отелей.

15. DLX – Deluxe это:

а) Один из самых престижных видов номеров для состоятельных клиентов. Обычно, как минимум, в 2 раза дороже номеров Standard. Состоит из 2-х (спальня и гостиная) или 3-х (плюс кабинет или дополнительная спальня) комнат, имеет роскошную отделку, обладает особенно живописным видом из окна, часто имеет 2-й туалет рядом со спальней и ванну-джакузи, халаты, кофейные принадлежности и массу других приятных вещей. Иногда эти номера расположены на специальных этажах, отделенных доступом от всех других, со своим лобби, комнатой для завтрака и, часто, оздоровительным центром. Оплата идет за весь номер, вне зависимости от числа проживающих, в пределах, дозволенных вместимостью номера.

б) Аналог Presidential Suite только несколько попроще и подешевле. Что-то среднее по возможностям и цене между ним и номером Suite. Обычно насчитывается 1-3, но не более 5 номеров в отеле. Оплата идет за весь номер вне зависимости от числа проживающих в пределах дозволенных вместимостью номера.

в) Отличается от Standard и Superior прежде всего большими размерами, а также практически всегда лучшим видом, более роскошной обстановкой и отделкой. В высокклассных отелях иногда имеет дополнительные удобства: тапочки, халаты, кофейные принадлежности. Тем не менее, этот номер также однокомнатный, хотя может иногда быть на двух 29 уровнях, состоящих из спального и гостинного отделения, разделенных несколькими ступеньками. Дороже Standard обычно на 25-50%.

г) Минилюкс. Аналог Junior Suite.

16. SUITE ЭТО:

а) Один из самых престижных видов номеров для состоятельных клиентов. Обычно, как минимум, в 2 раза дороже номеров Standard. Состоит из 2-х (спальня и гостиная) или 3-х (плюс кабинет или дополнительная спальня) комнат, имеет роскошную отделку, обладает особенно живописным видом из окна, часто имеет 2-й туалет рядом со спальней и ванну-джакузи, халаты, кофейные принадлежности и массу других приятных вещей. Иногда эти номера расположены на специальных этажах, отделенных доступом от всех других, со своим лобби, комнатой для завтрака и, часто, оздоровитель-

ным центром. Оплата идет за весь номер, вне зависимости от числа проживающих, в пределах, дозволенных вместимостью номера.

б) Обладает всеми преимуществами номера Deluxe, но еще более просторный и роскошно обставленный и отделанный, чаще всего состоящий из одной, гораздо реже из 2-х отдельных комнат (спальни и гостиной). Дороже Standard обычно на 30-60%.

в) Минилюкс. Аналог Junior Suite. Г. Отличается от Standard и Superior прежде всего большими размерами, а также практически всегда лучшим видом, более роскошной обстановкой и отделкой. В высококлассных отелях иногда имеет дополнительные удобства: тапочки, халаты, кофейные принадлежности. Тем не менее, этот номер также однокомнатный, хотя может иногда быть на двух уровнях, состоящих из спального и гостиного отделения, разделенных несколькими ступеньками. Дороже Standard обычно на 25-50%.

Владеть: *навыками проектирования, создания и продвижения туристского продукта с использованием современных технологий*

1. Рассчитайте стоимость путёвки.

Исходные данные:

Семья из 3-х человек (2 взрослых + ребёнок 3 лет) приобретает путёвку на 14 дней на первые 7 дней – с 3-х разовым питанием, а на следующие дни – 2-х разовым на курорт Краснодарского края.

Стоимость проживания на 1 взрослого – 2500 руб. в сутки.

Стоимость проживания ребёнка 30% от стоимости взрослого места.

Питание: взрослый – 700 руб. – 2-х разовое, 1000 руб. 3-х разовое.

Ребёнок – 150 руб. – 2-х разовое, 150 руб. 3-х разовое.

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

3. Рассчитайте стоимость турпакета по заявке потребителя.

«Туристская фирма организует тур в Санкт-Петербург для группы 45 чел. На 3 дня/ 2 ночи. В стоимость тура входит: проживание в гостинице «Мир»; 2-х разовое питание; экскурсионное обслуживание, трансфер; транспортное обслуживание. Стоимость проживания для группы составляет – 105885 руб. в сутки, в стоимость проживания входит стоимость питания, которое составит на группу в сутки – 6750 руб. Экскурсия по городу осуществляется на арендованном турфирмой автобусом. Стоимость аренды автобуса – 9.000 руб. Стоимость групповой экскурсии составляет – 6.000 руб. Организация в встречи и проводов группы – 7.000 руб. Проживание руководителя группы – 3.000 руб., питание – 300 руб., оплата командировочных – 450 руб., страхование руководителя группы – 350 руб.»

4. Рассчитайте себестоимость тура на 1-го туриста и стоимость путевки для конкретного покупателя.

«Туристская фирма организует тур в Санкт-Петербург для группы 45 чел. На 3 дня/ 2 ночи. В стоимость тура входит: проживание в гостинице «Мир»; 2-х разовое питание; экскурсионное обслуживание, трансфер; транспортное обслуживание. Стоимость проживания для группы составляет – 105885 руб. в сутки, в стоимость проживания входит стоимость питания, которое составит на группу в сутки – 6750 руб. Экскурсия по городу осуществляется на арендованном турфирмой автобусом. Стоимость аренды автобуса – 9.000 руб. Стоимость групповой экскурсии составляет – 6.000 руб. Организация в встречи и проводов группы – 7.000 руб. Проживание руководителя группы – 3.000 руб., питание – 300 руб., оплата командировочных – 450 руб., страхование руководителя группы – 350 руб.»

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

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

7. Специалисты национального парка Паанаярви (Карелия) создали экскурсию «Ягоды северного леса», возникла необходимость продвижения данного продукта, поэтому было принято решение разместить рекламу на сайте национального парка.

г) Укажите целевые аудитории турпродукта.

д) Сформулируйте рекомендации для повышения эффективности рекламы на сайте.

е) Укажите, с какими участниками туристского рынка национальный парк может заключить договоры для развития продаж турпродукта «Экскурсия «Ягоды северного леса»».

8. В аэропорту размещен стенд с текстом «Туристская база «Теремок» организует рыбалку на озере».

г) Разъясните, можно ли считать данное предложение турпродуктом.

д) Укажите проблемы продвижения рекреационного рыболовного тура.

е) Сформулируйте рекомендации по продвижению тура в целевой аудитории.

9. Турфирма «Азимут+» разработала медиаплан по продвижению турпродукта «Экстрим на квадроциклах», в котором указаны несколько каналов продвижения.

г) Укажите наиболее эффективные каналы продвижения данного продукта.

д) Раскройте принципы выбора каналов данного продукта.

е) Определите возможные ошибки выбора каналов продвижения экстрим-туров.

10. Администрация муниципального образования Терский берег в рамках реализации программы развития туристской деятельности на своей территории разослала пресс-релизы в представительства телеканалов о проведении Поморской регаты.

г) Можно ли считать данное решение управлением спросом турпродуктов Терского берега?

д) Определите цель и задачи при организации пресс-тура на Поморскую регату.

е) Какие еще шаги может предпринять администрация для повышения известности дестинации?

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

Максимальная сумма баллов, набираемая студентом по дисциплине «Технология операторских и агентских услуг» равна 100.

Оценка в баллах	Оценка по шкале	Обоснование	Уровень сформированности компетенций
Более 80	«Отлично»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Высокий уровень
66-80	«Хорошо»	Содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	Продвинутый уровень
50-65	«Удовлетворительно»	Содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки	Пороговый уровень
Менее 50	«Неудовлетворительно»	Содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки	Компетенции не сформированы