

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.03 Туроперейтинг

43.03.02 Туризм

Организация и управление туристкой деятельностью

бакалавр

очная

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
<p>ПК-1 Способен организовывать, рассчитывать и анализировать эффективность деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновывая эффективные управленческие решения</p>	<p>ПК-1.1 Определяет цель, задачи и структуры предприятий туристской индустрии</p>	<p>знает цели, задачи и различные организационно-правовые и управленческие структуры предприятий туристской индустрии</p> <p>умеет определять цель и задачи предприятий туристской индустрии</p> <p>владеет навыками осуществляет деятельность структурных подразделений предприятия туристской индустрии в соответствие с поставленной целью и определенными задачами</p>
<p>ПК-2 Способен организовать эффективную работу туристского предприятия туристско-рекреационной сферы и его служб на основе действующего законодательства</p>	<p>ПК-2.2 Обеспечивает работу и взаимодействие структурных подразделений туристского предприятия, направленность их деятельности на обеспечение формируемых и реализуемых туристских продуктов в соответствии с нормативно-правовыми актами</p>	<p>знает законы и иных нормативно правовые акте Российской Федерации в сфере туризма; особенности взаимодействия структурных подразделений туристского предприятия</p> <p>умеет определяет направленность деятельности структурных подразделений туристского предприятия для обеспечения формируемых и реализуемых туристских продуктов в соответствии с нормативно-правовыми актами</p> <p>владеет навыками обеспечивает эффективную работу и взаимодействие структурных подразделений туристского предприятия</p>

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Туроперейтинг			
1.1.	1. Введение в туроперейтинг	6	ПК-1.1	Устный опрос
1.2.	2. Программный продукт, как основа современного туроперейтинга	6	ПК-1.1, ПК-2.2	Собеседование
1.3.	3. Технологии формирования и продвижения турпродукта	6	ПК-2.2	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.4.	4. Квалификационные требования менеджера туроперейтинга	6	ПК-1.1	Собеседование
1.5.	5. Анализ рынка услуг в туроперейтинге	6	ПК-2.2	Собеседование
1.6.	6. Факторы развития туроперейтинга и особенности его развития	6	ПК-1.1	Собеседование
1.7.	7. Ответственность, обязанности менеджера туроперейтинга	6	ПК-1.1	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.8.	8. Туристская документация при ведении туроперейтинга	6	ПК-2.2	Собеседование
	Промежуточная аттестация			За

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			
1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины

2	Устный опрос	Средство контроля знаний студентов, способствующее установлению непосредственного контакта между преподавателем и студентом, в процессе которого преподаватель получает широкие возможности для изучения индивидуальных особенностей усвоения студентами учебного материала.	Перечень вопросов для устного опроса
Для оценки умений			
3	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи	Задачи направленные на использование приобретенных знаний и умений в практической деятельности и повседневной жизни	Комплект практико-ориентированных и ситуационных задач
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			
4	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Туроперейтинг"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Вопросы для собеседования

Тема: Введение в туроперейтинг.

1. Понятие и составляющие туроперейтинга
2. Роль и значение туроперейтинга в современной туристской индустрии
3. Содержание понятия "туроператор". Различия между туроператором и турагентом
4. Международный туроперейтинг и его определяющие факторы
5. Нормативно-правовая база современного туроперейтинга
6. Туроператор как субъект туристского рынка

Тема: Программный продукт, как основа современного туроперейтинга.

1. Программный туризм – основа туроперейтинга
2. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта
3. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования

4. Нормативно-правовые акты, регламентирующие процесс проектирования тура
5. Основные и специфические потребности туристов
6. Исходная дифференциация туристских маршрутов
7. Туристская технологическая документация по проектированию туров

Тема: Ответственность, обязанности и квалификационные требования менеджера туроперейтинга.

1. Индивидуальная и коллективная формы осуществления туристической деятельности.
2. Подготовка персонала к реализации турпродукта.
3. Экспериментальная проверка нового турпродукта.
4. Продвижение к продаже туристического продукта.
5. Обслуживание потребителей тура.
6. Обеспечение безопасности и качества туристического продукта.

Типовая практико-ориентированная задача

Задача 1.

Проанализируйте способы стимулирования агентств и отдельных менеджеров любого туроператора РФ.

Задача 2.

Проанализируйте Интернет-сайт любого российского туроператора по следующему плану: - визуальное оформление сайта; - удобство пользования сайтом; - удобство поиска туров; - информативность сайта.

Типовое тестовое задание

Тест 1

1. Элементы, которые охватывают всю культурное наследие страны, местности, предлагаемых туристам для осмотра -
 - a) экономические мотивы;
 - b) психологические мотивы;
 - c) культурные мотивы;
 - d) природные мотивы.
2. Основной (обязательный) комплекс услуг под время путешествия по индивидуальным или групповым планом, который имеет серийный характер, предлагается в широкую продажу – это
 - a) туристический пакет;
 - b) туристическая услуга.
3. Совокупность свойств, обуславливающая ее способность удовлетворять определенные желания потребителей – это
 - a) качество продукции;
 - b) качество услуги;
 - c) качество туристского обслуживания.
4. Качество продукции – это
 - a) совокупность свойств, обуславливающая ее способность удовлетворять определенные желания потребителей.
 - b) совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности клиента;
 - c) комплекс услуг и мероприятий, обладающих свойствами удовлетворять потребности и желания туристов на отдыхе и в путешествиях.
5. Система качества – это
 - a) совокупность свойств туристских услуг, процессов и условий обслуживания по удовлетворению обусловленных или предполагаемых потребностей туристов во время их отдыха или путешествия;
 - b) совокупность организационной структуры, ответственности, методик, процессов и ресурсов, необходимых для осуществления общего руководства качеством в организации.

6. Одной из функций туристического рынка является:
 - а) деньги, как инвестиционные средства, компании партнёра;
 - б) деньги, как «двигатель» туристического процесса;
 - с) деньги, как туристический продукт.
7. Лобби туроператоров - это,
 - а) возможность туроператоров оказывать давление на прямо или косвенно, зависящих от его функционирования предприятий других сфер экономики, или органы власти курортных регионов;
 - б) специальное разрешение на осуществление конкретного вида деятельности при обязательном соблюдении лицензионных требований и условий, выданное лицензирующим органом юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю;
 - с) система организации и управления деятельностью фирмы, направленная на обеспечение максимального сбыта ее продукции, на удовлетворение потребностей посредством обмена.

***Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)***

Вопросы к зачету по дисциплине "Туроперейтинг"

1. Понятие и составляющие туроперейтинга. Международный туроперейтинг, и факторы его определяющие.
2. Нормативно-правовая база современного туроперейтинга.
3. Туроператор как субъект туристского рынка.
4. Программный туризм – основа туроперейтинга.
5. Каталог туроператора как основной носитель информации для продвижения туристского продукта.
6. Качество туристского обслуживания и способы его регулирования.
7. Тур-проектирование и тур-планирование в современном туроперейтинге.
8. Основные инструменты продвижения тур-продукта.
9. Стратегия развития туроперейтинга на туристском рынке: виды и сущность.
10. Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих.
11. Квалификационные характеристики работников, осуществляющих турагентскую деятельность.
12. Квалификационные характеристики работников, осуществляющих туроператорскую деятельность.
13. Сегментация рынка услуг в туроперейтинге: сущность, основные понятия.
14. Конкурентные силы туристского рынка. Роль рекламной деятельности в туроперейтинге.
15. Формирование сбытовой сети.
17. Турист как фактор микросреды туроперейтинга.
18. Туристские ресурсы как фактор внешней среды туризма.
19. Основные факторы, оказывающие воздействие на развитие туроперейтинга.
20. Ответственность туроператоров перед третьими лицами и органами государственной и местной власти.
21. Страхование профессиональной ответственности туроператора. Страхование туристов в туроперейтинге и его роль
22. Страхование профессиональной ответственности и профессиональных рисков туроператора.
23. Взаимодействие туроператоров и турагентов при осуществлении туристской деятельности.
24. Организация документооборота в современном туроперейтинге.
25. Документооборот туристской компании с поставщиками туристских услуг.
26. Профиль работы туристического оператора.
27. Типология туров в зависимости от целей туристов.
28. Нормативно-правовая база туроперейтинга.
29. Классы обслуживания в туроперейтинге.
30. Критерии сегментирования туристского рынка.
31. Конкуренция в туроперейтинге.

32. Схемы работы туристического оператора по реализации и организации туров.
33. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний.
34. Идентификация поставщиков туристических услуг.
35. Составление договорного плана тура.
36. Безналичные расчеты в туроперейтинге.
37. Наличные расчеты и кассовые операции в туроперейтинге.
38. Применение туристических кредитов в туроперейтинге.
39. Бартерные схемы расчетов в туроперейтинге.
40. Зачетные схемы расчетов в туроперейтинге.
41. Основы конфликтологии в туроперейтинге.
42. Причины возникновения конфликтных ситуаций в туроперейтинге.
43. Методы предупреждения конфликтов.
44. Необходимость автоматизации туроперейтинга и ее роль.
45. Права и обязанности туроператора при осуществлении системы автоматизированного бронирования.
46. Факторы внешней среды туроперейтинга и их основные черты.
47. Основные виды туроператоров, их классификация и сущность.
48. Способы государственного регулирования туризма.
49. Основные функции туроператоров.
50. Программное обслуживание: понятия и основные принципы.
51. Основные этапы подготовки информации об отелях для туроператорского каталога.
52. Тур-услуга: специфика содержания понятия и сущность.
53. Основные отличия понятий «тур-услуга» и «тур-продукт».
54. Понятие «качества» и основные подходы. (продукции, услуги и туристского обслуживания)
55. Основные требования к системе качества туруслуг.
56. Использование брэнда и брэндингов в современном туроперейтинге.
57. Основные типы туроператоров за рубежом и их основная сущность.
58. Сегментация рынка и ее виды и направления.
59. Основные критерии сегментации.
60. Основные типы конкурентов в туроперейтинге.
61. Роль рекламной деятельности в туроперейтинге и ее виды.
62. Основные каналы сбыта турпродуктов в туроперейтинге.
63. Основные формы сбыта турпродуктов в туроперейтинге.
64. Основные причины криминализации туроперейтинга.
65. Особенности страхования выезжающих за рубеж туристов.
66. Формы туристского страхового обслуживания и возможности предоставляемые страховой компанией.
67. Особенности страхования въездного и внутреннего туризма.
68. Основные функции турагентств в информировании и документировании.
69. Виды турагентств от степени зависимости туроператора.
70. Разновидности агентских сетей.
71. Материальные способы стимулирования агентской активности.
72. Основные варианты стратегий создания агентских сетей.
73. Инфо-туры: понятия и сущность.
74. Fam-туры: понятия и сущность.
75. Признаки классификации документации туроператора.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)