

**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.05 Организация туристкой деятельности

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</p> <ul style="list-style-type: none"> • нормативно-правовую базу, регулирующую туристскую деятельность в Российской Федерации (ФЗ «Об основах туристской деятельности», Правила оказания услуг по реализации туристского продукта); • классификацию и типы предприятий туристской индустрии (туроператоры, турагенты, организации, предоставляющие услуги размещения, питания, транспорта); • организационно-правовые формы туристских предприятий и особенности их функционирования; • цели, задачи и функции предприятий туристской индустрии; • структуру управления туристской фирмой, функциональные обязанности сотрудников; • профессиональные стандарты для специалистов туристского бизнеса.
		<p>умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> • определять тип и организационно-правовую форму туристского предприятия по заданным характеристикам; • анализировать организационную структуру туристской фирмы и выявлять ее особенности; • формулировать цели и задачи деятельности туристского предприятия в соответствии с его специализацией; • классифицировать предприятия туристской индустрии по различным признакам (по виду собственности, месту расположения, виду предоставляемых услуг).
		<p>владеет навыками</p> <p>Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> • составления схем организационной структуры туристских предприятий; • описания функциональных обязанностей сотрудников туристской фирмы; • работы с нормативно-правовыми документами, регулирующими деятельность туристских предприятий; • идентификации предприятий туристской индустрии в соответствии с их специализацией.

знает

- систему показателей эффективности деятельности туристских предприятий;
- структуру цены туристского продукта и методы ценообразования в туризме;
- методiku калькуляции себестоимости турпродукта;
- факторы, влияющие на формирование стоимости туристских услуг;
- виды финансового обеспечения туроператорской деятельности;
- особенности налогообложения в туристской сфере;
- методы расчета экономической эффективности туров и туристских программ;
- принципы анализа доходов и расходов туристского предприятия;
- показатели рентабельности и факторы, влияющие на прибыль в туризме;
- особенности расчета стоимости различных видов услуг (проживание, питание, транспорт, экскурсионное обслуживание).

умеет

- рассчитывать стоимость турпродукта на основе цен поставщиков услуг;
- проводить калькуляцию себестоимости тура по статьям расходов;
- определять оптимальную цену туристского продукта с учетом конъюнктуры рынка;
- рассчитывать показатели рентабельности и эффективности деятельности туристского предприятия;
- анализировать структуру затрат и выявлять резервы их снижения;
- использовать статистические данные для анализа эффективности деятельности;
- рассчитывать экономические показатели при различных формах обслуживания (индивидуальные и групповые туры).

владеет навыками

Владеть навыками:

- калькуляции туристского продукта с использованием актуальных цен поставщиков услуг;
- расчета стоимости турпакета для различных категорий туристов (взрослые, дети, групповые туры);
- анализа эффективности различных каналов сбыта турпродукта;
- применения методов ценообразования в зависимости от целей предприятия;
- работы с финансовой документацией туристской фирмы.

знает

- методы анализа деятельности туристской организации (SWOT-анализ, анализ конкурентной среды, анализ потребительских предпочтений);
- основы маркетинговых исследований в туризме;
- методы сбора и обработки информации о потребительских предпочтениях;
- технологию разработки и принятия управленческих решений;
- методы оценки эффективности управленческих решений;
- особенности сегментирования туристского рынка и критерии выбора целевых сегментов;
- факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского предприятия;
- методы анализа спроса и предложения на туристском рынке;
- способы продвижения туристского продукта и оценки их эффективности;
- современные тенденции развития туристского рынка и потребительских предпочтений.

умеет

- проводить анализ результатов деятельности туристской организации;
- выявлять проблемы в деятельности туристского предприятия и определять их причины;
- проводить маркетинговые исследования потребительских предпочтений (анкетирование, опросы);
- анализировать конкурентную среду и определять конкурентные преимущества;
- разрабатывать предложения по совершенствованию деятельности туристского предприятия;
- обосновывать выбор управленческих решений на основе результатов анализа;
- оценивать эффективность предлагаемых управленческих решений;
- сегментировать рынок туристских услуг и выбирать целевые сегменты;
- разрабатывать рекомендации по улучшению качества обслуживания потребителей.

		<p>владеет навыками Владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> • проведения анализа деятельности туристского предприятия и подготовки аналитических отчетов; • разработки анкет для исследования потребительских предпочтений и проведения опросов; • подготовки обоснованных предложений по совершенствованию деятельности туристской организации; • презентации результатов анализа и предлагаемых управленческих решений; • применения методов стратегического и тактического планирования в туризме; • оценки эффективности рекламных кампаний и мероприятий по продвижению турпродукта; • разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности туристского предприятия.
--	--	---

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Основы туристской деятельности, отношения между туроператором, турагентом и потребителем туристских услуг			
1.1.	Основы туристской деятельности, отношения между туроператором, турагентом и потребителем туристских услуг	4	ПК-1.1	Творческое задание
1.2.	Правила оказания туристских услуг	4	ПК-1.1	Собеседование
1.3.	Особенности механизма функционирования туристского рынка (Взаимоотношения туроператора и турагента)	4	ПК-1.3	Реферат, Тест
1.4.	Туризм как отрасль экономики	4	ПК-1.2	Собеседование
1.5.	Участие турагентства во франчайзинговой сети	4	ПК-1.3	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.6.	Функциональная структура туристской фирмы	4	ПК-1.3	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.7.	Документационное обеспечение в туризме	4	ПК-1.1	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.8.	Туристский продукт и технология индустрии туризма	4	ПК-1.1	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи

1.9.	Технология создания туристского продукта	5	ПК-1.3	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.10.	Технология продвижения туристского продукта	5	ПК-1.3	Творческое задание
1.11.	Туристская инфраструктура	5	ПК-1.1	Собеседование
1.12.	Туристские сервисы и их качество	5	ПК-1.1	Собеседование
1.13.	Специфика создания аграрного туристского продукта	5	ПК-1.3	Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи
1.14.	Экзамен КР	5	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	
Промежуточная аттестация				КР

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
Для оценки умений			
2	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

3	Реферат	<p>Реферат Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.</p>	Темы рефератов
Для оценки навыков			
4	Творческое задание	<p>Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.</p>	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
Промежуточная аттестация			
5	Зачет	<p>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».</p>	Перечень вопросов к зачету

6	Курсовые работы (проектов)	Вид самостоятельной письменной работы, направленный на творческое освоение общепрофессиональных и профильных профессиональных дисциплин (модулей) и выработку соответствующих профессиональных компетенций. При написании курсовой работы студент должен полностью раскрыть выбранную тему, соблюсти логику изложения материала, показать умение делать обобщения и выводы.	Перечень тем курсовых работ (проектов)
7	Экзамен	Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения.	Комплект экзаменационных билетов

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

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Типовые контрольные работы для очной формы обучения

3 семестр

Контрольная работа №1 (по темам 1-2).

Вопросы (оценивают ЗНАТЬ) (max – 15 баллов):

1. Понятие и функции туристской деятельности. (3 балла)
2. Организационные основы туризма. (3 балла)
3. Основные составляющие туристской индустрии. (3 балла)
4. Содержание и виды потребностей современного человека в туристских услугах. (3 балла)
5. Составные части туристского продукта. (3 балла)

Задание №1 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ) (max – 15 баллов):

Формирование нормативно-правового пространства, позволяющего эффективно управлять экономическими процессами в отрасли, является первоочередной задачей государства. К настоящему времени подготовлен целый ряд актов, регулирующих туристскую деятельность. Но законотворческий процесс является непрерывным, сейчас назрела необходимость совершенствования основных законов. В Государственной Думе подготовлен проект документа по внесению дополнений в закон "Об основах туристской деятельности в РФ". Сделайте сравнительный анализ действующего сейчас закона и предлагаемых изменений, обоснуйте необходимость внесения данных предложений.

Контрольная работа № 2 (по темам 3-5).

Вопросы (оценивают ЗНАТЬ) (max – 15 баллов):

1. Особенности туристского потребления. (3 балла)
2. Роль туризма в мировой экономике. (3 балла)
3. Технология доставки турпродукта к потребителю. (3 балла)
4. Экономический менеджмент турагентства. (3 балла)
5. Особенности создания и работы сети франчайзинговых агентств. (3 балла)

Задание №1 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ) (max – 15 баллов):

Составить таблицу «Классификация видов туристских предприятий»

По типу предприятия По виду собственности По месту расположения По виду предоставляемых услуг

4 семестр

Контрольная работа № 1 (по темам 6-8).

Вопросы (оценивают ЗНАТЬ) (max – 15 баллов):

1. Структура и формы туристских организаций. (3 балла)
2. Документационное обеспечение туристского агентства. (3 балла)
3. Законодательная и нормативная база туристской деятельности. (3 балла)
4. Формы и виды обслуживания клиентов на предприятиях индустрии туризма. (3 балла)
5. Факторы, средства и технологии производства туристского продукта. (3 балла)

Задание №1 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ) (max – 15 баллов):

Составьте план разработки туристского продукта на основе современных технологий.

Контрольная работа № 2 (по темам 9-11).

Вопросы (оценивают ЗНАТЬ) (max – 15 баллов):

1. Методика формирования туристского продукта. (3 балла)
2. Продвижение туристского продукта: рекламные и не рекламные методы продвижения. (3 балла)
3. Перспективы развития аграрного туризма в Ставропольском крае. (3 балла)
4. Дефиниция «Аграрный туризм» в современной науке. (3 балла)
5. Правовое регулирование аграрного туристского продукта. (3 балла)

Задание №1 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ) (max – 15 баллов):

По статистике, только 4 % неудовлетворенных потребителей предъявляют претензии. В турагентство «Глобус» за прошедший год поступило 79 жалоб. Рассчитайте, сколько потребителей в действительности недовольны продукцией предприятия.

Типовые контрольные работы для студентов заочной формы обучения

Контрольная работа №1 (по темам 1-11).

Вопросы (оценивают ЗНАТЬ) (max – 20 баллов):

1. Понятие и функции туристской деятельности. (1 балл)
2. Организационные основы туризма. (1 балл)
3. Основные составляющие туристской индустрии. (1 балл)
4. Содержание и виды потребностей современного человека в туристских услугах. (1 балл)
5. Составные части туристского продукта. (1 балл)
6. Особенности туристского потребления. (1 балл)
7. Роль туризма в мировой экономике. (1 балл)
8. Технология доставки турпродукта к потребителю. (1 балл)
9. Экономический менеджмент турагентства. (1 балл)
10. Особенности создания и работы сети франчайзинговых агентств. (1 балл)

11. Структура и формы туристских организаций. (1 балл)
12. Документационное обеспечение туристского агентства. (1 балл)
13. Законодательная и нормативная база туристской деятельности. (1 балл)
14. Формы и виды обслуживания клиентов на предприятиях индустрии туризма. (1 балл)
15. Факторы, средства и технологии производства туристского продукта. (1 балл)
16. Методика формирования туристского продукта. (1 балл)
17. Продвижение туристского продукта: рекламные и не рекламные методы продвижения. (1 балл)
18. Перспективы развития аграрного туризма в Ставропольском крае. (1 балл)
19. Дефиниция «Аграрный туризм» в современной науке. (1 балл)
20. Правовое регулирование аграрного туристского продукта. (1 балл)

Задания (оценивают УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ) (max – 40 баллов):

Задание №1 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ) (max – 10 баллов):

Формирование нормативно-правового пространства, позволяющего эффективно управлять экономическими процессами в отрасли, является первоочередной задачей государства. К настоящему времени подготовлен целый ряд актов, регулирующих туристскую деятельность. Но законотворческий процесс является непрерывным, сейчас назрела необходимость совершенствования основных законов. В Государственной Думе подготовлен проект документа по внесению дополнений в закон “Об основах туристской деятельности в РФ”. Сделайте сравнительный анализ действующего сейчас закона и предлагаемых изменений, обоснуйте необходимость внесения данных предложений.

Задание №2 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ) (max – 10 баллов):

Составить таблицу «Классификация видов туристских предприятий»

По типу предприятия По виду собственности По месту расположения По виду предоставляемых услуг

Задание №3 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ) (max – 10 баллов):

Составьте план разработки туристского продукта на основе современных технологий.

Задание №4 (оценивает УМЕТЬ, ВЛАДЕТЬ) (max – 10 баллов):

По статистике, только 4 % неудовлетворенных потребителей предъявляют претензии. В турагентство «Глобус» за прошедший год поступило 79 жалоб. Рассчитайте, сколько потребителей в действительности недовольны продукцией предприятия.

Вопросы для собеседования

Тема: «Правила оказания туристских услуг»

1. Общая характеристика Постановления Правительства РФ «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта»
2. Потребитель и исполнитель туристского продукта
3. Требования к организации деятельности исполнителя
4. Права и обязанности туриста
5. Выезд несовершеннолетнего ребенка без сопровождения родителей
6. Порядок заключения договора о реализации туристского продукта
7. Порядок исполнения договора о реализации туристского продукта
8. Порядок изменения договора о реализации туристского продукта
9. Порядок прекращения договора о реализации туристского продукта
10. Порядок предъявления претензий и ответственность сторон по договору о реализации туристского продукта

Тема: «Туризм как отрасль экономики»

1. Становление туризма как современной отрасли
2. Туризм как многогранное явление современного мира
3. Роль туризма в национальной экономике

4. Значение туризма для экономики России
5. Роль туризма в мировой экономике
6. Основные аспекты финансово-экономической деятельности туроператора
7. Финансовая схема работы туроператора
8. Учетная политика туристской фирмы
9. Туризм как вид деятельности человека
10. Туризм как ресурс экономического и социально-культурного развития регионов

Тема "Туристская инфраструктура"

1. Отели

Отель за неделю до заезда группы сообщает об овербукинге и предлагает переселение в отель ниже категорией. Ваши действия?

2. Транспорт

Перевозчик даёт цену на 20% ниже рынка, но у него нет своего парка, и уже были срывы подачи. Оставьте его или откажетесь? Почему?

3. Рестораны

Группа туристов жалуется на однообразное питание в отеле по системе «русский стол». Отель отказывается менять меню, ссылаясь на договор. Что сделаете?

4. Взаимодействие всех трёх сфер

Приведите пример ситуации, когда сбой в работе ресторана повлиял на транспортную логистику и размещение. Как вы её решили?

5. Управление качеством / контракты

Какие три ключевых пункта вы всегда прописываете в договорах с отелями, транспортными компаниями и ресторанами, чтобы обезопасить туристов и компанию?

Тема: Проведение качественного анализа туристских услуг – Оценка и анализ качества

1. По каким критериям вы оцениваете качество работы отеля до того, как включить его в продажу?

2. Как вы выявляете реальный уровень сервиса в транспортной компании, если у неё хорошие документы, но нет отзывов?

3. Назовите три самых частых несоответствия качества в ресторанах при групповом питании. Как вы их контролируете?

4. У вас есть жалоба туриста на несоответствие услуги заявленной категории (отель/трансфер/экскурсия). Опишите алгоритм анализа ситуации и принятия решения.

5. Какие инструменты сбора данных (опросы, тайный гость, метрики) вы используете для объективной оценки качества туристских услуг?

Типовые творческие задания

Тема: «Основы туристской деятельности, отношения между туроператором, турагентом и потребителем туристских услуг»

Цель – оценка качества туристских услуг.

Разработайте Анкету для исследования потенциальных клиентов, с целью оценки качества предоставляемых услуг и выявления недостатков деятельности турагентства «МАЯК» г. Ставрополь.

Правила заполнения анкеты. Предложите респондентам несколько вопросов, с выбором вариантов ответа.

Определите социально-демографические данные респондентов, оцените качество предоставляемых услуг турагентствами города, потребности и возможности потенциальных клиентов турфирмы.

Проведите анкетирование. Результаты представьте перед аудиторией.

Тема: «Технология продвижения туристского продукта»

Командное задание

Выберите виды туризма, на которых будет специализироваться придуманная вами туристская фирма, опишите ее с точки зрения единого стиля, сформируйте пакет фирменного стиля.

1. Придумать название турагентства

2. Определить и прописать направление туризма, например,
«Мы подбираем по уникальной методике лечебные туры по России для взрослых и детей»
«Мы работаем по внутреннему туризму, организуем событийные туры для семей с детьми»
3. Изобразить графический товарный знак Логотип + словесный в определенной цветовой гамме, прописать уникальным фирменным шрифтом
4. Прописать легенду (историю) названия и изображения знака
5. Представить на бумажном носителе.
6. Презентовать.

Типовые практико-ориентированные задания

Тема: «Участие турагентства во франчайзинговой сети»

Составьте диаграмму «Число турагентств на территории Российской Федерации». Объясните причины динамики.

Тема: «Функциональная структура туристской фирмы»

Проанализировать основные этапы создания туристской фирмы. Результаты оформить в таблице.

Этапы Характеристика деятельности

Тема: «Документационное обеспечение в туризме»

Рассмотреть нормативно-правовые документы. Изучить закон о туристской деятельности, основу туристского права.

Проанализируйте правовые формы осуществления деятельности в сфере туризма.

Тема: «Туристский продукт и технология индустрии туризма»

Методика расчета услуг, входящих в пакет тура

Рассчитать на основе цен поставщиков услуг стоимость турпакета на прием в Нижний Новгород группы студентов продолжительностью 3 дня/2 ночи с проживанием в хостеле. Состав группы: студенты 20 чел. + 2 сопровождающих бесплатно.

Ход работы:

1. Собрать информацию о ценах на услуги поставщиков
2. Рассчитать стоимость услуг, входящих в состав тура.
3. Данные занести в таблицу.
4. Обосновать полученную цену тура сравнив ее с ценами конкурентов.
5. Презентовать РЕКЛАМНОЕ ОБРАЩЕНИЕ для Газеты в жанре Новость

Программа тура:

1 день.

Встреча группы на ж/д вокзале. Размещение в гостинице. Завтрак. Экскурсия

«Древний Нижний Новгород» (3 часа), посещение музея в Печерском монастыре (город XI – XVII вв, посещение нижегородского кремля,

Благовещенского и Печерского монастырей). Обед. Экскурсия «Нижний – город купеческий» (2 часа).

2 день.

Завтрак. Загородная автобусная экскурсия в Макарьевский монастырь (знакомство с историей монастыря, историей Макарьевской ярмарки – 10 часов). Обед в монастыре.

3 день.

Завтрак. Загородная автобусная экскурсия на «Таинственное озеро Светлояра»

(10 часов). Озеро Светлояр – это легенды о древнем граде Китеже, заповедный край дремучих лесов, живописных рек и озёр. Обед в с.Владимирском.

Проводы группы на ж/д вокзал.

В стоимость включено:

- размещение в гостинице в двухместных номерах – 2 ночи.
- питание 3 завтрака, 3 обеда.
- транспортное обслуживание по программе
- трансфер

- экскурсионное обслуживание по программе
- услуги экскурсовода
- входные билеты в музеи

За дополнительную плату:

- ужин от 240 руб. на человека

Стоимость услуг

№

п/п Наименование услуг

Стоимость услуг

- | | |
|----|---|
| 1. | Трансфер вокзал-гостиница (2 часа, автобус) |
| 2. | Завтрак на человека |
| 3. | Обед на человека |
| 4. | Услуги экскурсовода за 3 часа |
| 5. | Транспортное обслуживание - аренда автобуса на 1 час |
| 6. | Размещение хостел в городе Нижний Новгород в двухместных номерах, с |

человека

- | | |
|----|------------------------------------|
| 7. | входные билеты в музеи монастырей: |
|----|------------------------------------|

(взрослый)

(детский скидка 50%)

+ экскурсия (с группы)

Калькуляция тура на группу туристов (_____ чел.)

Период _____

Наименование калькуляционных статей	На группу	На одного человека
-------------------------------------	-----------	--------------------

Проживание

Питание

Транспортные расходы

Экскурсионная программа

Итого прямых затрат (себестоимость)

Косвенные расходы (10%)

Полная себестоимость (цена нетто)

Налоги (18%)

Прибыль (30%)

Комиссионное вознаграждение (10%)

Стоимость тура на группу

(цена брутто)

Тема: «Технология создания туристского продукта»

Разработать программу обслуживания туристов, используя два подхода к составлению программ (списком услуг и по дням обслуживания).

Ход работы:

1. Провести маркетинговое исследование потребностей в отдыхе потенциальных туристов.
2. Исходя из полученных результатов исследования, разработать идею (замысел) тура.
3. Составить проект программы обслуживания туристов, определив:
 - маршрут путешествия;
 - продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута;
 - перечень организаций, предоставляющих основные услуги (средства размещения туристов, предприятия питания, перевозчики), дополнительные услуги (экскурсионные организации, экскурсоводы-предприниматели, спортооружения, театры, музеи, и т.д.) – соисполнителей услуги;
 - период предоставления услуг каждым предприятием и организацией– соисполнителем услуги;
 - состав экскурсий и достопримечательных объектов;
 - перечень прогулок, комплекса досуговых мероприятий;
 - количество туристов, участвующих в путешествии;
 - виды транспорта для перевозок туристов;

- необходимого количества транспортных средств;
- экскурсоводах, гидах-переводчиках, сопровождающих, другом обслуживающем персонале и необходимой дополнительной их подготовки.

4. Составить список партнеров, т.е. организаций, которые будут оказывать услуги туристам по маршруту.

5. Составить договорной план переговоров с партнерами-поставщиками услуг.

6. Разработать технологическую документацию для разработанного тура.

7. Рассчитать примерную стоимость пакета.

Тема: «Специфика создания аграрного туристского продукта»

Изучить потребителей. Сформулировать основную цель создания аграрного туристского продукта. Кратко описать услуги. Отобрать туристские аттракции по маршруту путешествия.

Типовые тестовые задания

1. Что представляют собой розничные фирмы, которые вступают в непосредственный контакт с конечным потребителем?

- A. Туристские корпорации
- B. Туроператорские фирмы
- C. Туроператорские агентства
- D. Туристские агентства

Правильный ответ: D

2. Что не относится к отличительным характеристикам туристских услуг согласно В. А. Квартальнову?

- A. Способность к хранению
- B. Неосязаемость услуг
- C. Подверженность сезонным колебаниям
- D. Значительная статичность, привязанность к определенному месту

Правильный ответ: A

3. Какой целевой законодательный акт регулирует деятельность туристской индустрии в Российской Федерации на сегодняшний день:

- A. Целевая федеральная «Программа развития туризма в РФ»;
- B. Указ Президента РФ «О реорганизации и развитии туризма в РФ»;
- C. Туристский Кодекс Российской Федерации;
- D. Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ»

Правильный ответ: D

4. В соответствии с рекомендациями ЮНВТО к основным типам туризма НЕ относится:

- A. Национальный;
- B. Внутренний;
- C. Въездной;
- D. Выездной

Правильный ответ: A

Какая из нижеперечисленных функций относится к основным обязанностям турагента?

- A. Договорная (заключение договоров с поставщиками туристских услуг);
- B. Калькулятивная (расчет стоимости тура);
- C. Реализационная (реализация туристского продукта на рынке);
- D. Маркетинговая

Правильный ответ: C

6. Как называется тип авиарейсов, предусматривающих пересадку туристов с одного самолета на другой:

- A. Прямые;
- B. Регулярные;
- C. Чартерные;

D. Стыковочные
Правильный ответ: D

7. Полное и конкретное описание проданного турпродукта приводится:

- A. В договоре о туристском обслуживании;
- B. В путевке по форме «ТУР-1»;
- C. В каталоге турфирмы;
- D. В ваучере туриста

Правильный ответ: B

8. Что из нижеперечисленного относится к одной из основных обязанностей туроператора:

- A. Информация и консультация клиентов;
- B. Формирование туристского продукта;
- C. Реализация туристского продукта на рынке;
- D. Оформление договорной документации с клиентом

Правильный ответ: B

9. Назовите сокращенное наименование международной межправительственной организации в сфере туризма, действующей под патронажем ООН:

- A. ВТО;
- B. РОТ;
- C. ЮНВТО;
- D. РСТ

Правильный ответ: C

10. По месту деятельности туроператоры делятся на операторов:

- A. Массового рынка и специализированных
- B. Инициативных и рецептивных
- C. Внешних и внутренних
- D. Независимых и дочерних

Правильный ответ: C

11. Какой этап работы туроператора, который относится к чистому туроперейтингу?

Правильный ответ: планирование туров

12. Рассчитайте размер финансового обеспечения ответственности туроператора туроператоров с годовым оборотом до 250 млн. рублей, осуществляющего свою деятельность в области международного (внешнего) туризма.

Правильный ответ: 30 млн. руб.

13. Рассчитайте цену билета со скидкой, при условии, что стоимость билета составляет 17300 рублей. Авиапредприятие «Пулково» предоставляет пассажирам 15% скидку от базового тарифа при условии приобретения билетов «туда» и «обратно»

Правильный ответ: 29410 руб.

14. Определите сущность понятий туроператора и турагента:

т _____ покупает некоторый туристский продукт;

Правильный ответ: туроператор.

15. Определите сущность понятий туроператора и турагента:

т _____ приобретает отдельные услуги, из которых формирует комплексный туристский продукт со своим механизмом ценообразования.

Правильный ответ: туроператор.

16. Определите сущность понятий туроператора и турагента:

т _____ действует как розничный продавец, и его прибыль получается из

комиссионных денежных средств за продажу чужого туристского продукта.

Правильный ответ: туроператор.

17. Определите сущность понятий туроператора и турагента:

т _____ реализует туристский продукт и отдельные услуги (например, авиабилеты, номера в гостиницах) по реальным ценам туроператоров или производителей услуг.

Правильный ответ: турагент.

18. Что относится к этапам разработки турпродукта?

- A. Все перечисленное верно
- B. Исследование и эксперимент
- C. Обучение кадров для реализации новой услуги
- D. Технологическая проработка процесса обслуживания

Правильный ответ: А

19. Какое время действия услуг имеет туристский продукт?

- A. Свыше 24 часов и (или) включает ночевку (размещения) и услуги перевозки
- B. Свыше 36 часов и (или) включает ночевку (размещения) и услуги перевозки
- C. Свыше 24 часов и (или) не включает ночевку (размещения) и услуги перевозки
- D. Свыше 48 часов и (или) включает ночевки (размещения) и услуги перевозки

Правильный ответ: А

20. Что определяется соотношением доходов от туристских товаров и услуг, реализованных иностранцам, и расходов граждан данной страны, выехавших за рубеж?

- A. Положительное сальдо
- B. Туристское сальдо
- C. Туристский баланс
- D. Положительный баланс

Правильный ответ: С

21. Что из перечисленного не относится к неотъемлемым реквизитам договоров с поставщиками услуг?

- A. Полное наименование, форма собственности, юридический и фактический адреса, банковские реквизиты и контактные телефоны сторон
- B. Место и время заключения договора о сотрудничестве
- C. Предмет договора (краткое раскрытие целевых установок сторон)
- D. Срок действия договора

Правильный ответ: D

22. Что из перечисленного не относится к важнейшим специфическим чертам гостиничных услуг, которые определены Т. И. Черняевой и М. С. Отнюковой?

- A. Одновременность процессов производства и потребления
- B. Ограниченная возможность хранения
- C. Срочный характер гостиничных услуг
- D. Широкое участие персонала в производственном процессе

Правильный ответ: А

23. Какой характеристики услуг соответствует такая особенность деятельности предприятия сервиса, как отсутствие патентной системы: свободный вход на рынок конкурентов?

- A. Гетерогенность
- B. Неосвязаемость
- C. Неотделимость
- D. Несохранимость

Правильный ответ: В

24. Что такое паушальный тур?

А. Групповая, туристическая поездка, предоставляемая администрацией предприятия и учреждения своим сотрудникам на исключительно льготных условиях или бесплатно в качестве премии за высокие производственные показатели

В. Стандартизированный, предварительно организованный комплекс туристских услуг

С. Путешествие нескольких лиц по единому маршруту на одинаковых для всех условиях

Д. Тур, который организуется по программе, составленной самим туристом

Правильный ответ: В

25. Что из перечисленного не относится к услугам, потребляемым туристами в ходе заграничного путешествия, которые предоставляет современная туристская индустрия?

А. Услуги по доставке и перемещению туристов по стране посещения

В. Услуги по созданию оплачиваемой деятельности для туристов

С. Услуги по обеспечению туристов питанием

Д. Услуги по рекламе туристского продукта

Правильный ответ: В

26. По какому критерию туристские фирмы подразделяются на туроператоров и турагентов?

А. По своему отношению к исполнителям и потребителям туристских услуг

В. По виду туризма, туристского продукта и сегменту рынка

С. По региону функционирования

Д. По целям

Правильный ответ: А

27. Что не относится к характеристикам туристского продукта как набора услуг?

А. Продукт по замыслу

В. Продукт как пакет благ

С. Продукт в реальном исполнении

Д. Продукт с подкреплением

Правильный ответ: В

28. Кого следует называть турагентом?

А. Юридическое или физическое лицо, занимающееся продвижением (реклама и продажа) разработанного туроператором туристского продукта

В. Физическое лицо, занимающееся продвижением (реклама и продажа) разработанного туроператором туристского продукта

С. Объект предпринимательской деятельности

Правильный ответ: А

29. Чартерный рейс «с отстоем» совершает:

А. Автотранспортное средство, арендованное туроператором на определенный срок;

В. Автобус, взятый на сезон в аренду;

С. Самолет, ожидающий туристов в пункте дестинации на весь период их пребывания там;

Д. Нет правильного ответа

Правильный ответ: С

30. Как называется юридическое или физическое лицо, исполнитель туристских услуг в стране или регионе временного пребывания, действующий в соответствии с законодательством страны приема и международными соглашениями?

А. Контрагент

В. Турагент

С. Туроператор

Правильный ответ: А

31. Какой регион не относится к регионам с низким уровнем развития материальной базы туризма?

А. Северный регион

- В. Среднерусский регион
- С. Дальневосточный регион
- Д. Западно-Сибирский регион

Правильный ответ: В

32. Как классифицируется туризм по региону отдыха?

- А. Национальный, международный
- В. Индивидуальный, групповой, семейный
- С. Внутренний, иностранный
- Д. Ближний, дальний

Правильный ответ: А

33. Что из перечисленного не относится к путям повышения качества обслуживания в сфере туризма?

- А. Формирование современной маркетинговой стратегии продвижения туристского продукта на внутреннем и международном рынках
- В. Создание современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, в том числе внедрения квалификационных требований к работникам индустрии туризма, соответствующих потребностям работодателей, и базирующихся на них современных образовательных стандартов
- С. Создание и реализация образовательных программ, соответствующих отраслевым потребностям и предусматривающим практическое обучение персонала
- Д. Разработка и внедрение современной классификации гостиничных и негостиничных средств размещения туристов

Правильный ответ: А

34. Какая базисная составляющая туризма, согласно Мэтиесону и Дж. Уоллу, включает передвижение к месту или местам следования?

- А. Динамическая составляющая туризма
- В. Статическая составляющая туризма
- С. Результирующая составляющая туризма
- Д. Целевая составляющая туризма

Правильный ответ: А

35. Какая из перечисленных функций не относится к важнейшим функциям туризма согласно А. С. Запесоцкому?

- А. Оздоровительная функция
- В. Развивающая функция
- С. Социально-статусная функция
- Д. Адаптационная функция

Правильный ответ: D

36. Какой туризм стоит в России на первом месте?

- А. Внутренний туризм
- В. Въездной туризм
- С. Выездной туризм
- Д. Семейный туризм

Правильный ответ: С

37. Что такое спрос на туристский продукт?

- А. Система экономических отношений, в которой совершается процесс превращения услуг в деньги и обратно
- В. Вся масса предназначенных для продажи туров, услуг туризма и товаров туристско-сувенирного назначения
- С. Форма проявления потребности населения в туристском продукте, обеспеченная денежными средствами

Правильный ответ: С

38.Какова оптимальная пропорция для сбалансированного туристского рынка согласно разработкам ЮНВТО?

- А. Один въездной турист — один выездной — четыре внутренних
- В. Один въездной турист — два выездных — четыре внутренних
- С. Один въездной турист — один выездной — один внутренний
- Д. Один въездной турист — один выездной — два внутренних

Правильный ответ: А

39.Какой географический фактор развития международного туризма выражается в количестве и качестве природных и культурно-исторических ресурсов?

- А. Рекреационно-ресурсный потенциал территории
- В. Фактор географического положения
- С. Геополитический фактор
- Д. Все перечисленное верно

Правильный ответ: А

40.Какой туризм предполагает въезд иностранных туристов в Россию?

- А. Въездной туризм
- В. Выездной туризм
- С. Внутренний туризм

Правильный ответ: А

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

Вопросы к зачету

1. Перечислите основные документы туристской фирмы.
2. Нормативно–правовая база деятельности туристской фирмы.
3. Основные положения ФЗ «Об основах туристской деятельности».
4. ФЗ «О защите прав потребителя».
5. ФЗ «О стандартизации».
6. Этапы создания туристской фирмы.
7. Материально–техническая база турфирмы.
8. Безопасность фирмы.
9. Организационно–правовые формы создания туристского предприятия.
10. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса России.
11. Формирование штата сотрудников фирмы.
12. Порядок ликвидации туристской фирмы.
13. Выбор вида деятельности предприятия.
14. Обоснование выбора места для размещения офиса фирмы.
15. Исследование рынка туристских услуг.
16. Анализ конкуренции на туристском рынке.
17. Охарактеризуйте следующие понятия: покупательский спрос, рынок туристских услуг, конъюнктура туристского рынка.
18. Этапы жизненного цикла туристского продукта.
19. Принцип сегментирования туристского рынка.
20. Прогнозирование спроса в туризме.
21. Процесс составления бизнес–плана туристского предприятия.
22. Структура и оформление бизнес–плана.
23. Анализ туристских предпочтений в нашем регионе.
24. Что такое каталог туроператора и в каких целях он выпускается.
25. Какие виды каталогов вы знаете.
26. Каковы типичные недостатки каталогов.

27. Для чего туристической фирме нужно участвовать в выставках.
28. Какие российские и международные выставочные мероприятия вам известны.
29. Что такое – «оптимальность» туристской программы.
30. Работа на выставках и презентациях.
31. Цель и задачи бизнес–планирования в туризме.
32. Сегментирование туристского рынка.
33. Спрос и предложение в туризме.
34. Жизненный цикл турпродукта.
35. Какие виды страхования в туризме вам известны.
36. От чего зависит сумма страхового взноса в туризме.
37. Назовите внутренние и внешние каналы сбыта турпродукта.
38. Цели, нормативная база и основные принципы рекламы турпроператора.
39. Основные производственные функции бюро продаж туроператора.
40. Охарактеризуйте понятие контрагентская сеть.
41. Основные факторы подбора турагентов.
42. Виды агентских соглашений.
43. Виды нерекламных методов продвижения турпродукта.
44. Стимулирование потребителей (туристов).
45. Стимулирование турагентств.
46. Информационные (рекламные) поездки.
47. Профессиональная техника общения с клиентом.
48. Информация об условиях, препятствующих совершению путешествия, предоставляемые клиенту до и после подписания договора.
49. Особенности паспортного режима и визовые ограничения ряда зарубежных стран.
50. Правила выезда несовершеннолетних в групповые и индивидуальные туры (зарубежные).
51. Порядок подписания договора с клиентом.
52. Основное содержание договора турфирмы с клиентом.
53. Необходимое документальное сопровождение письменных жалоб.
54. Порядок рассмотрения претензий и апелляций.
55. Основные функции менеджера на маршруте.
56. Виды туроператоров
57. Признаки нового туриста
58. Ценообразование в туризме
59. Специфика создания турпродукта в сельской местности
60. Классификация видов туризма и место аграрного туризма в классификации.

Практико-ориентированные задания для зачета

ВАРИАНТ 1

Турфирма ХХХ организует групповые туры в Германию. В последнее время в связи с увеличением конкуренции на рынке России объемы продаж постепенно снижаются. Руководство компании приняло решение о разработке нового направления, но для этого нужно четко представлять потребности рынка. Для этого необходимо составить техническое задание.

ВАРИАНТ 2

Составить отчет руководителя туристской группы о прохождении маршрута.

ВАРИАНТ 3

Перечислите основные методы управления, применяемые в туристской организации, раскройте их содержание. Составьте схему, в которой отразите классификацию методов управления.

ВАРИАНТ 4

Укажите, что понимают под туристским продуктом. Выделите особенности производства туристского продукта. Составьте схему, в которой отразите структуру туристского продукта. Проанализируйте полученную схему.

ВАРИАНТ 5

Разработать техническое задание для маркетингового исследования по изучению спроса туристского продукта Ставропольского края.

ВАРИАНТ 6

Ставьте схему, в которой отразите отраслевую структуру экономики. Выделите на этой схеме место туристской индустрии в экономике.

ВАРИАНТ 7

Опишите достоинства и недостатки различных видов организационных структур (линейная, функциональная, линейно-функциональная, дивизиональная, проектная, матричная), результат оформите в виде таблицы

Вопросы к экзамену

1. Основной нормативно-правовой документ регулирующий туристскую деятельность.
2. Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы.
3. Взаимоотношения туроператора и турагента на договорной основе
4. Этапы создания туроператора
5. Этапы создания турагентства
6. Реестр туроператоров. Правила внесения и классификация туроператоров в реестре
7. Виды финансового обеспечения
8. Роль потребителя и исполнителя согласно правилам оказания услуг по реализации туристского продукта
9. Информация об оказываемых услугах по реализации тур продукта согласно правилам
10. Порядок заключения, исполнения, изменения и прекращения договора о реализации туристского продукта
11. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса России
12. Организационно-правовые формы создания туристского предприятия.
13. Материально-техническая база турфирмы.
14. Безопасность фирмы.
15. Порядок предъявления претензий и ответственность сторон по договору о реализации туристского продукта
16. Контроль за деятельностью турфирмы
17. Особенности бух учета и отчетности туристских фирм
18. Виды туроператоров и их классификация
19. Понятие турагента – основные задачи и формы
20. Основные различия туроператора и турагента (экономические функциональные и др)
21. Основные функции туристских организаций
22. Механизм функционирования туристского рынка
23. Исследование рынка туристских услуг.
24. Анализ конкуренции на туристском рынке.
25. Этапы жизненного цикла туристского продукта.
26. Прогнозирование спроса в туризме.
27. Принцип сегментирования туристского рынка.
28. Обоснование выбора места для размещения офиса фирмы.
29. Процесс составления бизнес-плана туристского предприятия
30. Характеристика средств размещения и предприятий общественного питания в туристской сфере.
31. Какие виды страхования в туризме вам известны.
32. Особенности страхования в туризме
33. Сезонность в туризме, основные понятия и факторы.
34. Сущность и экономическое содержание туризма
35. Основные экономические и финансовые показатели характеризующие развитие туризма
36. Прямое и косвенное влияние развития туризма на экономику региона
37. Эффект мультипликатора
38. Положительные и отрицательные аспекты туристской деятельности
39. Участие турагентства во франчайзинговой сети

40. Типология видов франчайзинга в туризме
41. Формирование штата сотрудников фирмы.
42. Функциональная структура туристской фирмы
43. Функции туроператора по приему иностранных туристов в РФ
44. Функции туроператора по направлению туристов за границу
45. Функциональная структура турагентства
46. Иностранные партнеры российских турфирм, требования к выбору партнер, их количество
47. Особенности и классификация туристских агентств
48. Виды турагентств по степени зависимости
49. Виды турагентств по их функциям
50. Цена и ценообразование в туризме, равновесная цена
51. Функция цен в туризме
52. Структура цены на турпродукт
53. Организация финансовых отношений в туризме. Денежный кругооборот
54. Факторы влияющие на спрос в туризме
55. Особенности психологии поведения потребителей туристских услуг
56. Общая характеристика документооборота в туризме
57. Управленческая информация в туризме
58. ГОСТ в туризме
59. Документационное обеспечение управления
60. Организационно-правовая подсистема документации
61. Распорядительная подсистема документации
62. Информационно-справочная подсистема документации
63. Виды документов относящихся к основной деятельности турфирмы
64. Документы для формирования турпродукта
65. Документы предоставляемые туристам для оформления тура
66. Документы выдаваемые туристам или специализированные документы
67. Факторы оплаты труда в туристских агентствах
68. Охарактеризуйте следующие понятия: покупательский спрос, рынок туристских услуг, конъюнктура туристского рынка.
69. Классификация предприятий индустрии туризма
70. Факторы развития туристской индустрии
71. Виды и формы туризма
72. Основные, дополнительные и сопутствующие услуги в туризме
73. Классификация туристских маршрутов
74. Порядок формирования и реализации туров
75. Этапы создания туристского продукта
76. Разработка туристского маршрута – этапы и классификация
77. Формирования основного и дополнительного комплекса услуг
78. Работа с поставщиками услуг в тур индустрии
79. Экспериментальная проверка тура
80. Методы продвижения тур продукта
81. Продвижение тур продукта в соц сетях
82. Продвижение тур продукта с помощью выставочной деятельности
83. Стимулирование сбыта туристского продукта (посредников, персонала, потребителей)
84. Виды автоматизации деятельности турфирм
85. Структура и оформление бизнес-плана.
86. Функциональные блоки программных комплексов программ тур фирм
87. Виды программных комплексов в туризме
88. Анализ туристских предпочтений в нашем регионе.
89. Анализ развития международного туризма на современном этапе
90. Состояние и перспективы развития туризма в РФ

Рассчитать стоимость туристского продукта, используя нижеприведенные данные.

Сроки: Москва 4 дня - 3 ночи; Санкт-Петербург 6 дней - 5 ночей.

Количество туристов в группе, включая переводчика, - 21 человек.

Питание - полный пансион (завтрак, обед, ужин).

Проживание - двухместные номера со всеми удобствами.

Транспорт - комфортабельный автобус.

Трансферт - аэропорт - гостиница - аэропорт.

При расчете применяют цены на услуги, установленные соответствующими предприятиями туристской индустрии, в расчете на 1 человека, за 1 ч аренды автобуса.

Москва Проживание - (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).

Санкт-Петербург - Проживание (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).

Экскурсионная и культурная программа (обзорная экскурсия по городу на автобусе, экскурсии в Эрмитаж, Петродворец, Мариинский театр, посещение музеев Царского села (г. Пушкин)) (рассчитать стоимость)

Автобус – (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).

Поезд: Москва - Санкт-Петербург: (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)

Поезд: Санкт-Петербург – Москва: (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)

Услуги турфирмы (сопровождение группы, экскурсионное обслуживание, бронирование мест в гостиницах и ж/д билетов) -5% величины расходов;

Прибыль турфирмы - 10% величины расходов.

ВАРИАНТ 2

Рассчитать стоимость туристского продукта, используя нижеприведенные данные.

Сроки: Рязань 3 дня - 2 ночи; Санкт-Петербург 5 дней – 5 ночей.

Количество туристов в группе, включая переводчика, - 15 человек.

Питание - полный пансион (завтрак, обед, ужин).

Проживание - двухместные номера со всеми удобствами.

Транспорт - комфортабельный автобус.

Трансферт - аэропорт - гостиница - аэропорт.

При расчете применяют цены на услуги, установленные соответствующими предприятиями туристской индустрии, в расчете на 1 человека, за 1 ч аренды автобуса.

Рязань Проживание - (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).

Санкт-Петербург - Проживание (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).

Экскурсионная и культурная программа (обзорная экскурсия по городу на автобусе, экскурсии в Эрмитаж, Петродворец, Мариинский театр, посещение музеев Царского села (г. Пушкин)) (рассчитать стоимость)

Автобус – (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).

Поезд: Рязань - Санкт-Петербург: (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)

Поезд: Санкт-Петербург – Рязань: (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)

Услуги турфирмы (сопровождение группы, экскурсионное обслуживание, бронирование мест в гостиницах и ж/д билетов) -5% величины расходов;

Прибыль турфирмы - 10% величины расходов.

ВАРИАНТ 3

Рассчитать стоимость туристского продукта, используя нижеприведенные данные.

Сроки: Волгоград 3 дня - 2 ночи; Москва 5 дней – 4 ночи.

Количество туристов в группе, включая переводчика, - 18 человек.

Питание – полупансион.

Проживание - двухместные номера со всеми удобствами.

Транспорт - комфортабельный автобус.

При расчете применяют цены на услуги, установленные соответствующими предприятиями туристской индустрии, в расчете на 1 человека, за 1 ч аренды автобуса.

Волгоград Проживание - (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).

Москва - Проживание (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).

Экскурсионная и культурная программа (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)

Автобус – (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).

Транспорт Волгоград – Москва - Волгоград (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)
Услуги турфирмы (сопровождение группы, экскурсионное обслуживание, бронирование мест в гостиницах и ж/д билетов) -5% величины расходов;
Прибыль турфирмы - 10% величины расходов.

ВАРИАНТ 4

Рассчитать стоимость туристского продукта, используя нижеприведенные данные.
Сроки: Москва 4 дня - 3 ночи; Владимир 5 дней – 4 ночи.
Количество туристов в группе, включая переводчика, - 21 человек.
Питание – полный пансион.
Проживание - двухместные номера со всеми удобствами.
Транспорт - комфортабельный автобус.
При расчете применяют цены на услуги, установленные соответствующими предприятиями туристской индустрии, в расчете на 1 человека, за 1 ч аренды автобуса.
Москва Проживание - (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).
Владимир - Проживание (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).
Экскурсионная и культурная программа (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)
Автобус – (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).
Транспорт Москва - Владимир - Москва (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)
Услуги турфирмы (сопровождение группы, экскурсионное обслуживание, бронирование мест в гостиницах и ж/д билетов) -5% величины расходов;
Прибыль турфирмы - 10% величины расходов.

ВАРИАНТ 5

Рассчитать стоимость туристского продукта, используя нижеприведенные данные.
Сроки: «Золотое кольцо России» 6 дней – 5 ночей.
Количество туристов в группе, включая переводчика, - 5 человек.
Питание – полупансион.
Проживание - двухместные номера со всеми удобствами.
Транспорт – 2 личных автомобиля.
При расчете применяют цены на услуги, установленные соответствующими предприятиями туристской индустрии, в расчете на 1 человека, за 1 ч аренды автобуса.
Проживание - (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).
Экскурсионная и культурная программа (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)
Автобус – (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).
Транспорт Москва – «Золотое кольцо России» (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)
Услуги турфирмы (сопровождение группы, экскурсионное обслуживание, бронирование мест в гостиницах и ж/д билетов) -5% величины расходов;
Прибыль турфирмы - 10% величины расходов.

ВАРИАНТ 6

Рассчитать стоимость туристского продукта, используя нижеприведенные данные.
Сроки: «Религиозный тур» 5 дней – 4 ночи.
Количество туристов в группе, включая переводчика, - 4 человека.
Питание – без питания.
Проживание - двухместные номера со всеми удобствами.
Транспорт – автобус.
При расчете применяют цены на услуги, установленные соответствующими предприятиями туристской индустрии, в расчете на 1 человека, за 1 ч аренды автобуса.
Проживание - (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).
Экскурсионная и культурная программа (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)
Автобус – (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).
Транспорт Воронеж – «Религиозный тур» (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)
Услуги турфирмы (сопровождение группы, экскурсионное обслуживание, бронирование мест в гостиницах и ж/д билетов) -5% величины расходов;
Прибыль турфирмы - 10% величины расходов.

ВАРИАНТ 7

Рассчитать стоимость туристского продукта, используя нижеприведенные данные.

Сроки: Ставрополь 3 дня – 2 ночи, Астрахань 5 дней – 4 ночи.

Количество туристов в группе, включая переводчика, - 10 человек.

Питание – без питания.

Проживание - двухместные номера со всеми удобствами.

Транспорт – автобус.

При расчете применяют цены на услуги, установленные соответствующими предприятиями туристской индустрии, в расчете на 1 человека, за 1 ч аренды автобуса.

Проживание - (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).

Экскурсионная и культурная программа (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)

Автобус – (найти самостоятельно и рассчитать стоимость).

Транспорт Ставрополь – Астрахань – Ставрополь (найти самостоятельно и рассчитать стоимость)

Услуги турфирмы (сопровождение группы, экскурсионное обслуживание, бронирование мест в гостиницах и ж/д билетов) -5% величины расходов;

Прибыль турфирмы - 10% величины расходов.

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

Примерная тематика курсовых работ

1. Отрасль туризма как объект управления и планирования.
2. Перспективы развития отрасли туризма.
3. Организация международного туристического бизнеса.
4. Социальные, экономические, демографические факторы развития туризма, их специфика.
5. Природные и искусственные туристские ресурсы.
6. Уровень развития туристских регионов мира.
7. Роль рекламы в туризме.
8. Специфика международного туризма.
9. Европейский туристский регион – классический пример развития туризма.
10. Влияние туризма на национальную экономику (на примере нескольких стран).
11. Вклад туристской отрасли в национальный доход.
12. Экотуризм – как новое направление в туризме.
13. Проблемы международного туризма в процессе государственного регулирования.
14. Специфику продвижения национального продукта.
15. Охрана национального достояния страны.
16. Правовое регулирование деятельности туристских фирм.
17. Эффективность деятельности туристской фирмы.
18. Сбытовая стратегия туристской фирмы.
19. Специфика ресторанного обслуживания в России
20. Маркетинговые исследования при выборе типа ресторанного обслуживания
21. Категории ресторанов в мировой практике
22. Разработка бизнес-плана открытия туристической фирмы.
23. Разработка инновационного турпродукта.
24. Маркетинговые исследования рынка туристических услуг по туристским макрорегионам (Евразийский, Тихоокеанский, Западно-Атлантический, Центральноазиатский и т.п.)
25. Маркетинговые исследования рынка туристических услуг по видам туристской деятельности в месте турдестинации.

Примерная тематика рефератов

Тема: «Особенности механизма функционирования туристского рынка (Взаимоотношения туроператора и турагента)»

1. Организация взаимодействия туроператора с туристическими агентствами по реализации и продвижению туристского продукта
2. Формы работ туроператора с турагентом
3. Технология формирования туров

4. Организация деятельности туроператора (на конкретном примере)
5. Анализ деятельности туристических предприятий по формированию и внедрению туров на рынок и пути её совершенствования
6. Договорные отношения туроператора с поставщиками услуг
7. Анализ коммерческой деятельности и пути совершенствования в сфере туристических услуг
8. Разработка туристского продукта и формирование туров туроператором
9. Особенности ценообразования в туризме
10. Функционирование экономического механизма в туризме
11. Составляющие туристской индустрии
12. Классификация туристского рынка, функции рынка
13. Формирование сбытовой агентской сети
14. Финансовое обеспечение туроператорской деятельности
15. Сбытовая политика туристского предприятия
16. Ценовая политика туристского предприятия
17. Себестоимость туристского продукта. Калькуляция себестоимости
18. Туристская услуга. Определение, перечень услуг, входящих в туристский продукт
19. Взаимодействие туроператора с иностранными meet-компаниями
20. Взаимодействие туроператора с гостиничными предприятиями
21. Мотивация персонала в российских туристических фирмах
22. Виды туристских организаций
23. Взаимодействие с партнерами в процессе разработки и реализации туров
24. Механизм функционирования туристского рынка. Емкость рынка