

Частного профессионального образовательного учреждения
«Магнитогорский колледж современного образования»

Принят
методическим советом
ЧПОУ «Магнитогорский колледж
современного образования»

Протокол № 5 от «24» июня 2021 г.

СОГЛАСОВАНО: _____

Белых Мария Витальевна,
директор Бюро Путешествий Мария Белых

« 30 » _____ 2021 г.

Утверждаю: _____
Директор ЧПОУ
«Магнитогорский колледж
современного образования»
С.А.Кузьмина
« 24 » _____ 2021 г.



**Комплект
контрольно-оценочных средств
по профессиональному модулю
ПМ 03. Предоставление туроператорских услуг**
(код и наименование ПМ)

программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности **43.02.10 «Туризм».**

код и наименование специальности

(базовой подготовки)

Магнитогорск, 2021 г.

Разработчики:

1. Чистякова А.А., преподаватель

Эксперты (при наличии):

Техническая экспертиза комплекта контрольно-оценочных средств профессионального модуля **ПМ.03 Предоставление туроператорских услуг** пройдена.

Эксперт: Докукина Е.П., методист ЧПОУ «Магнитогорский колледж современного образования»

Содержание

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств.....	4
1.1. Область применения контрольно-оценочных средств.....	4
1.2. Система контроля и оценки освоения программы ПМ.....	8
1.2.1. Формы промежуточной аттестации при освоении профессионального модуля.....	8
1.2.2. Организация контроля и оценки освоения программы ПМ.....	8
1.2.3. Оценка достижения обучающимися личностных результатов.....	10
2. Задания для контроля и оценки освоения программы профессионального модуля.....	11
2.1. Задания для контроля и оценки усвоения программы МДК.№.1. Технология продаж и продвижения турпродукта	11
2.2. Задания для контроля и оценки усвоения программы МДК.№.2. Технология организации турагентской деятельности	17 ...
2.3. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности наименование ВПД.....	27
2.4. Контроль приобретения практического опыта.....	29
3. Рекомендуемая литература и иные источники.....	31

1. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения контрольно-оценочных средств

Комплект контрольно-оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения профессионального модуля (далее ПМ) программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 43.02.10 Туризм в части овладения видом профессиональной деятельности (ВПД): «специалист по туризму» в соответствии с ФГОС

Комплект контрольно-оценочных средств позволяет оценивать:

1.1.1. Освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду профессиональной деятельности, и общих компетенций (ОК):

Профессиональные и общие компетенции	Показатели оценки результата	Средства проверки (№№ заданий, место, время, условия их выполнения)
1	2	3
ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта	Определение целевых сегментов, составление анкет для опроса клиентов, проведение опроса, анализ результатов создание базы данных по туристским продуктам	Оценка отчета по практике ПМ.03
ПК 3.2. Формировать туристский продукт	Разработка программы тура, с учётом анализа маркетингового исследования	Оценка самостоятельной работы
ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта	Расчет стоимость туристского продукта	Оценка на практическом занятии
ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта	Планирование рекламной кампании, проведения презентаций	Оценка выступления по презентации рекламной кампании на занятии
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Мониторинг ведущих сайтов туроператоров	Отчет по результату мониторинга на занятии
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Разработка презентаций подборки туров	Защита презентаций на занятиях
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Самостоятельный выбор темы дипломной работы	Защита аргументов выбора на занятии
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информа-	Подбор источников информации для ВКР	Утверждение библиографического списка источни-

ции, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития		ков информации на консультации по ВКР
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Подготовка сообщения об использовании информационных систем в туризме	Оценка сообщения об отчете по практике
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Участие в разработке коллективного проекта	Защита проекта на занятии
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Участие в распределении участка работы при подготовке презентации	Оценка деятельности рабочей группы на занятии
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Разработка SWOT-анализа в формате самомаркетинга	Оценка выводов по результату SWOT-анализа на занятии
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Самоанализ личностного роста	Защита результатов самоанализа в отчете по практике

1.1.2. Приобретение в ходе освоения профессионального модуля практического опыта

Иметь практический опыт	Виды работ на учебной и/ или производственной практике и требования к их выполнению
1	2
Проведение анализа рынка потребителя турпродукта в рамках маркетингового исследования	Определение целевых сегментов рынка потребителя
Составление опросных листов с учётом правил вёрстки анкет	Проведение опроса клиентов с последующим анализом результатов
Составление турпакета в соответствии с запросами клиентов	Работа с аналитическим материалом по результатам выявленной проблемы
Выбор оптимального рекламного продукта	Расчет бюджета рекламной кампании
Оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями	Заполнение заявок на бронирование туров, документов в консульство для визовой поддержки туриста
Организация выставочной деятельности	Разработка презентации деятельности турагентства

1.1.3. Освоение умений и усвоение знаний:

Освоенные умения, усвоенные зна-	Показатели оценки результата	№№ заданий
---	-------------------------------------	-------------------

ния		для проверки
1	2	3
У 1 Осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами	Выявление потребительского спроса	ПП ПМ,03
У 2 Проводить анализ деятельности других туркомпаний	Мониторинг деятельности конкурентов	Практическое занятие
У 3 Работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации	Обзор выставочных мероприятий	Разработка презентационных материалов
У 4 Обрабатывать информацию и анализировать результаты	Подготовка материала для ВКТ	Написание теоретической Главы
У 5 Налаживать контакты с торговыми агентами представительств других регионов и стран	Подготовка Договора	Практическая работа
У 6 Работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных	Прием заявок на туры через соцсети	Разработка рекламных материалов
У 7 Работать с информационными и справочными материалами	Мониторинг сайтов ведущих туроператоров	Результаты мониторинга
У 8 Составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов	Разработка индивидуальных туров	Презентация туров
У 9 Оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам	Заполнение стандартных бланков для клиентов	Практическая работа
У 10 Оформлять страховые полисы	Заполнение стандартных бланков для клиентов	Практическая работа
У 11 Вести документооборот с использованием информационных технологий	Характеристика основных специализированных российских и зарубежных туристских серверов	ПП ПМ.03
У 12 Анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы	Работа с конфликтными ситуациями	Решение кейсов
У 13 Рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	Расчет стоимости группового тура	Практическое занятие
У 14 Рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта	Выбор методики расчета	Практическая работа
У 15 Работать с агентскими договорами	Заполнение агентского договора	Практическое занятие
У 16 Использовать каталоги и ценовые приложения	Разработка каталога	Презентация рекламного продукта
У 17 Предоставлять информацию	Составление графика рекламных ту-	Решение кейсов

турагентам по рекламным турам	ров	
У 18 Работать с заявками на бронирование туруслуг	Заполнение листов бронирования	ПП ПМ.03
У 19 Использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение	Разработка программ лояльности	Презентация программ
У 20 Использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках	Применение коммуникативных техник делового общения	Деловая игра
3 1 Виды рекламного продукта	Рекламные и нерекламные методы продвижения турпродукта	Презентация турпродукта
3 2 Правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках	Общие условия участия в выставках	Деловая игра
3 3 Способы обработки статистических данных	Внешние и вторичные источники статистических данных	Прайс-лист для тура
3 4 Методы работы с базами данных	Работа с Excel таблицами	Практическая работа
3 5 Методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту	Влияние географических факторов на развитие туризма	Оценка природного и культурного потенциала региона
3 6 Основы планирования программ турпоездов	Определение схемы работы туроператора при организации планируемого тура:	Практическая работа
3 7 Основные правила и методика составления программ туров	Составление турпакета	
3 8 Правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями	Заполнение бланков	ПП ПМ.03
3 9 Способы устранения проблем возникающих во время тура;	Основы конфликтологии	Тестирование
3 10 Методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	Ценообразование на туруслуги	Решение кейсов
3 11 Методика расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта	Учет себестоимости турпродукта в соответствии с внешними факторами	Решение кейсов
3 12 Методика создания агентской сети и содержание агентских договоров	Виды агентских сетей	Решение кейсов
3 13 Правила бронирования туруслуг	Бронирование тура в соответствии с заявкой потребителя	Практическая работа
3 14 Методику организации ре-	Разработка предложений по органи-	Решение кейсов

кларных туров	зации рекламных туров	
3 15 Правила расчетов с турагентами и способы их поощрения	Внесение пунктов о взаимозачетах в Договор «туроператор - турагент»	Решение кейсов
3 16 Технику проведения рекламной кампании	Выбор оптимального варианта рекламного канала	Выбор рекламного средства
3 17 Методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов	Использование методов открытой и скрытой рекламы	Разработка рекламного шаблона
3 18 Техники эффективного делового общения, протокол и этикет	Проведение деловой встречи	Деловая игра
3 19 Основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта	Разработка плана рекламной кампании	Оформление рекламы

1.2. Система контроля и оценки освоения программы ПМ

1.2.1. Формы промежуточной аттестации при освоении профессионального модуля

Элементы модуля, профессиональный модуль	Формы промежуточной аттестации
1	2
МДК 03.01 Технология и организация туроператорской деятельности»	Экзамен
МДК 03.02 Маркетинговые технологии в туризме	Дифференцированный зачет
Производственная практика	Дифференцированный зачет
ПМ.03	Экзамен (квалификационный)

1.2.2. Организация контроля и оценки освоения программы ПМ

В период обучения по образовательной программе СПО осуществляется текущий контроль успеваемости студентов, промежуточная и итоговая аттестация по всем элементам профессионального модуля (междисциплинарным курсам и практикам), а также в целом по модулю.

Текущий контроль осуществляется в пределах учебного времени, отведенного на междисциплинарный курс, оценивается по пятибалльной шкале. Текущий контроль проводится с целью объективной оценки качества освоения программы междисциплинарного курса, а также стимулирования учебной деятельности студентов, подготовки к промежуточной аттестации и обеспечения максимальной эффективности учебного процесса. Для оценки качества подготовки используются различные формы и методы контроля. Текущий контроль междисциплинарного курса осуществляется в форме устного опроса; защиты практических заданий, проектов, творческих работ; решения кейсов и тестовых заданий; в т.ч. других форм контроля, предусмотренных программой профессионального модуля.

Контроль практической подготовки обучающихся осуществляется в рамках текущего контроля при выполнении практических работ по междисциплинарным курсам, а также при выполнении заданий в ходе учебной или производственной практик.

Промежуточный контроль освоения профессионального модуля осуществляется при проведении промежуточной аттестации по междисциплинарным курсам и практикам, входящим в профессиональный модуль. Промежуточная аттестация проводится в форме, предусмотренной планом учебного процесса: зачета, дифференцированного зачета, экзамена, комплексного экзамена.

Предметом оценки освоения МДК являются умения и знания. Экзамен и дифференцированный зачет по МДК проводится с учетом результатов текущего контроля. Предметом оценки по учебной и (или) производственной практике является приобретение практического опыта. Контроль и оценка по учебной и (или) производственной практике проводится на основе характеристики обучающегося с места прохождения практики, составленной и завизированной представителем образовательного учреждения и ответственным лицом организации (базы практики). В характеристике отражаются виды работ, выполненные обучающимся во время практики, их объем, качество выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

Итоговый контроль освоения вида профессиональной деятельности в области предоставления турагентских услуг осуществляется на экзамене (квалификационном. Условием допуска к экзамену (квалификационному) является положительная аттестация по МДК, учебной практике и производственной практике.

Экзамен (квалификационный) проводится в виде:

- выполнения практических заданий, имитирующих работу на производственном предприятии, соответствующим профилю специальности;
- обобщающего экзамена, содержащего вопросы теоретического характера из МДК и практических заданий ситуационного характера по профилю специальности;

Условием положительной аттестации (вид профессиональной деятельности освоен) на экзамене квалификационном является положительная оценка освоения всех профессиональных компетенций по всем контролируемым показателям. При отрицательном заключении хотя бы по одной из профессиональных компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен».

В период сложной санитарно-эпидемиологической обстановки или других ситуациях невозможности очного обучения и проведения аттестации студентов колледж реализует образовательные программы или их части с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в предусмотренных законодательством формах обучения или при их сочетании, при проведении учебных занятий, практик, текущего контроля успеваемости, промежуточной, итоговой и (или) государственной итоговой аттестации обучающихся.

Формы и процедура текущего контроля и промежуточной аттестации знаний студентов определяются положениями: «О текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся», «О применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ», «Об организации образовательного процесса в ЧПОУ «МКСО» в связи с профилактическими мерами, связанными с угрозой коронавирусной инфекции»

1.2.3. Оценка достижения обучающимися личностных результатов.

Оценка личностных результатов проводится в рамках контрольных и оценочных процедур, предусмотренных настоящей программой.

Комплекс примерных критериев оценки личностных результатов обучающихся:

- демонстрация интереса к будущей профессии;
- оценка собственного продвижения, личностного развития;
- ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;
- участие в исследовательской и проектной работе;
- участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях;
- соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, мастерами и руководителями практики;
- сформированность гражданской позиции; участие в волонтерском движении;

- проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону;
- отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся;
- отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве;
- демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии;
- демонстрация навыков здорового образа жизни и высокий уровень культуры здоровья обучающихся;
- проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве;
- участие в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах.

2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Задания для контроля и оценки усвоения программы МДК.№.1. Технология и организация туроператорской деятельности

2.1.1. Задания для текущего контроля

Назначение:

КОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения темы «Основы туроператорской деятельности»

Форма: решение кейсов

Общие компетенции:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

Профессиональные компетенции:

ПК 3.2. Формировать туристский продукт

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта

Умения:

- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы
- использовать эффективные методы общения с клиентами
- работать с запросами клиентов
- работать с агентскими договорами

Знания:

- основные правила и методика составления программ туров
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта
- правила бронирования туров
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет

Задание:

Вариант № 1

а) У руководителя туристской организации возник вопрос предоставления сведений, составляющих коммерческую тайну.

Необходимо дать нормативно обоснованный ответ

б) У специалиста возник вопрос об ограничениях, налагаемых на работников сферы туроперейтинга при осуществлении ими профессиональной деятельности

Необходимо дать нормативно обоснованный ответ

Вариант № 2

а) Разработать текст инструкции для молодого сотрудника туроператорской фирмы, по составлению делового предложения турагентам.

Использовать в качестве основного документа Договор о взаимодействии туроператора и турагента.

б) Составить и оформить письмо – приглашение организационного комитета с предложением посетить международную специализированную выставку «ТУРИЗМ 2020». Выставка проходит в павильоне выставочного комплекса г. Екатеринбурга.

Продумать условия участия в выставке и систему награждений её участников

Назначение:

КОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения темы «Туристская документация»

Форма: самостоятельная работа

Общие компетенции:

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

Профессиональные компетенции:

ПК 3.2. Формировать туристский продукт

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта

Умения:

- анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы
- использовать эффективные методы общения с клиентами
- работать с запросами клиентов
- работать с агентскими договорами

Знания:

- основные правила и методика составления программ туров
- основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта
- правила бронирования туров
- техники эффективного делового общения, протокол и этикет

Задание:

Вариант № 1

а) У специалиста возник вопрос о ведении персонифицированного учета для осуществления обработки персональных данных о лицах, которые участвуют в оказании туристских услуг.

Необходимо дать нормативно обоснованный ответ

б) Составить список документов служб гостиницы и клиента для организации всех этапов гостевого цикла

Необходимо дать нормативно обоснованный ответ

Вариант №2

а) Составить варианты схем питания для школьников экскурсионно-познавательного тура

Необходимо дать нормативно обоснованный ответ

б) Составить образец ответа службы бронирования турфирме по вопросу обслуживания туристов в гостинице: отказ на заявку бронирования

Необходимо дать нормативно обоснованный ответ

2.1.2. Задания для промежуточной аттестации

Назначение:

КОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения МДК.№.1. Технология и организация туроператорской деятельности

Форма: экзамен

Общие компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции:

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта

ПК 3.2. Формировать туристский продукт

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта

Умения:

- работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации

- обрабатывать информацию и анализировать результаты налаживать контакты с торговыми агентами представительствами других регионов и стран

- работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных

- работать с информационными и справочными материалами

- составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов

- оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам

- оформлять страховые полисы

- вести документооборот с использованием информационных технологий

- рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания

- рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта

- использовать каталоги и ценовые приложения

- предоставлять информацию турагентам по рекламным турам

- работать с заявками на бронирование туров

- использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них коммиссионное вознаграждение

Знания:

- правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках

- методика работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту

- основы планирования программ турпоездок
- основные правила и методика составления программ туров
- способы устранения проблем возникающих во время тура;
- методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания
- правила бронирования туруслуг
- методику организации рекламных туров
- правила расчетов с турагентами и способы их поощрения

Список вопросов к экзамену

1. Понятие туроператор. Роль туроператора на рынке
2. Основные различия между туроператором и турагентом
3. Государственное регулирование туристской деятельности
4. ФЗ «Об основах туристской деятельности»
5. Условия осуществления туроператорской деятельности
6. Единый федеральный реестр туроператоров
7. Теория турпродукта. Содержание турпродукта
8. Понятие турпродукта и его виды
9. Формирование привлекательного турпродукта
10. Классификация групп клиентов
11. Концепция гостеприимства
12. Классы обслуживания.
13. Транспортное обслуживание туристов
14. Организация размещения туристов
15. Классификация гостиниц и других средств размещения
16. Услуги предприятий общественного питания
17. Типы питания
18. Экскурсионно-анимационные и другие услуги
19. Туристские мотивы
20. Требования к проектированию тура
21. Программы обслуживания
22. Тематическая направленность программ обслуживания
23. Планирование и формирование программ обслуживания туристов
24. Особенности формирования и технология организации и выездных туров
25. Расчет себестоимости турпродукта
26. Определение цены турпродукта и доходов от его реализации
27. Ценообразование в туризме
28. Ценовые стратегии
29. Формы сотрудничества туроператоров с зарубежными гостиничными предприятиями
30. Аренда отеля
31. Покупка блока мест на условиях комитмента
32. Покупка блока мест на условиях элотмента
33. Квотирование. Работа на условиях безотзывного бронирования
34. Взаимоотношения туроператоров и транспортных предприятий
35. Формы сотрудничества туроператоров и предприятий питания
36. Взаимоотношения туроператоров и экскурсионных компаний
37. Договор между инициативным и рецептивным туроператором
38. Основные позиции договорных взаимоотношений между туроператорами
39. Виды договоров между туроператорами
40. Документация тура
41. Технологическая документация тура

42. Туристская путевка
43. Порядок оформления туристской путевки
44. Документация обслуживания
45. Туристский ваучер. Оформление и учет туристских ваучеров
46. Туристские формальности
47. Визовая поддержка. Оформление виз российским гражданам, выезжающим за рубеж
48. Прием иностранных граждан. Таможенные формальности
49. Памятка туриста
50. Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператоров
51. Нормативная база страхования в туризме
52. Виды страхования в туризме
53. Страхование туристов, выезжающих за рубеж
54. Страхование на внутреннем и въездном туристском рынке
55. Оформление страховых полисов для туристов
56. Страхование профессиональной ответственности.
57. Использование информационных систем в туризме
58. Система бронирования туристских услуг
59. Заявка на бронирование. Лист бронирования
60. Агентская сеть. Принципы формирования агентской сети
61. Особенности взаимодействия туроператора и турагента. Виды турагентов
62. Принципы расчета туроператоров с турагентами

Экзаменационные билеты

Экзаменационный билет № 1

1. Понятие туроператор. Роль туроператора на рынке
2. Единый федеральный реестр туроператоров

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 2

1. Основные различия между туроператором и турагентом
2. Планирование и формирование программ обслуживания туристов

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 3

1. Теория турпродукта. Содержание турпродукта
2. Особенности формирования и технология организации и выездных туров

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 4

1. Классификация групп клиентов. Классы обслуживания
2. Ценовые стратегии в туризме

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 5

1. Концепции гостеприимства
2. Аренда отеля

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 6

1. Классификация гостиниц и других средств размещения
- 2 Покупка блока мест на условиях элонтента

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 7

1. Организация размещения туристов
2. Взаимоотношения туроператоров и транспортных предприятий

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 8

1. Транспортное обслуживание туристов
 2. Договор между инициативным и рецептивным туроператором
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 9

1. Услуги предприятий общественного питания. Типы питания
 2. Прием иностранных граждан. Таможенные формальности
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 10

1. Экскурсионно-анимационные и другие услуги
 2. Виды страхования в туризме
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 11

1. Планирование и формирование программ обслуживания туристов
 2. Система бронирования туристских услуг
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 12

1. Расчет себестоимости турпродукта
 2. Особенности взаимодействия туроператора и турагента.
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 13

1. Определение цены турпродукта и доходов от его реализации
 2. Туристская путевка
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 14

1. Формы сотрудничества туроператоров с зарубежными гостиничными предприятиями
 2. Виды турагентов
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 15

1. Формы сотрудничества туроператоров и предприятий питания
 2. Порядок оформления туристской путевки
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 16

1. Покупка блока мест на условиях комитмента
 2. Документация тура
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 17

1. Технологическая документация тура
 2. ФЗ «Об основах туристской деятельности»
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 18

1. Туристский ваучер. Оформление и учет туристских ваучеров
 2. Понятие турпродукта и его виды
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

1. Визовая поддержка. Оформление виз российским гражданам, выезжающим за рубеж
 2. Квотирование. Работа на условиях безотзывного бронирования
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 20

1. Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператоров
 2. Концепции гостеприимства
- Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 21

1. Использование информационных систем в туризме
2. Туристские формальности

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 22

1. Заявка на бронирование. Лист бронирования
2. Оформление страховых полисов для туристов

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 23

1. Агентская сеть. Принципы формирования агентской сети
2. Памятка туриста

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Инструкция к выполнению работы

На подготовку ответа отводится 1 ч.

Во время подготовки можно пользоваться правовыми нормами и локальными актами ГТК
Доступ к сети интернет для поиска справочной информации

Критерии оценивания

«**Отлично**» - Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены

«**Хорошо**» - Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены

«**Удовлетворительно**» - Теоретическое 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 содержат ошибки

«**Неудовлетворительно**» - Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки

2.2. Задания для контроля и оценки усвоения программы МДК.№.2 Маркетинговые технологии в туризме**2.2.1. Задания для текущего контроля****Назначение:**

КОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения темы «Маркетинговые исследования турпродукта, потребителей услуг»

Форма: самостоятельная работа

Общие компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции:

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта

ПК 3.2. Формировать туристский продукт

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта

Умения: перечислить контролируемые элементы

- проверять документы, необходимые для выхода группы на маршрут
- использовать приемы эффективного общения и соблюдать культуру межличностных отношений
- организовывать движение группы по маршруту
- эффективно принимать решение в сложных и экстремальных ситуациях

Знания: перечислить контролируемые элементы

- правила организации туристских поездок и экскурсий
- способы обработки статистических данных
- методы работы с базами данных
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов

Задание:

Вариант № 1

1) Туроператор, привлекая внимание потенциальных клиентов, демонстрирует достоинства тура и сообщает, что в следующем месяце тур будет стоить дороже.

Проанализировать действия туроператора с точки зрения маркетинговой стратегии фирмы.

Вариант № 2

1) Вы узнали, что конкурент разработал новый туристский продукт, который условно будет пользоваться спросом на рынке в предстоящем сезоне. Конкурент устраивает презентацию этого продукта в узком кругу своих турагентов на обучающем семинаре. Вам достаточно легко послать на семинар «своего» человека.

Обосновать конкуренцию, как составляющий элемент рынка услуг

Назначение:

КОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения темы «Технологии проведения рекламной программы»

Форма: самостоятельная работа

Общие компетенции:**Общие компетенции:**

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции:

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта

ПК 3.2. Формировать туристский продукт

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта

Умения: перечислить контролируемые элементы

- проверять документы, необходимые для выхода группы на маршрут
- использовать приемы эффективного общения и соблюдать культуру межличностных отношений
- организовывать движение группы по маршруту
- эффективно принимать решение в сложных и экстремальных ситуациях

Знания: перечислить контролируемые элементы

- правила организации туристских поездок и экскурсий
- способы обработки статистических данных
- методы работы с базами данных
- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов

Задание:

Вариант № 1

а) Перечислить каналы продвижения турпродукта и дать им характеристику

Вариант № 2

а) Перечислить маркетинговые инструменты и дать им характеристику

2.2.2. Задания для промежуточной аттестации**Назначение:**

КОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения МДК.№.2 Маркетинговые технологии в туризме

Форма: дифференцированный зачет

Общие компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

Профессиональные компетенции:

ПК 3.1. Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта

ПК 3.2. Формировать туристский продукт

ПК 3.3. Рассчитывать стоимость туристского продукта

ПК 3.4. Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта

Умения: перечислить контролируемые элементы

- проверять документы, необходимые для выхода группы на маршрут
- использовать приемы эффективного общения и соблюдать культуру межличностных отношений

- организовывать движение группы по маршруту

- эффективно принимать решение в сложных и экстремальных ситуациях

Знания: перечислить контролируемые элементы

- правила организации туристских поездок и экскурсий

- способы обработки статистических данных

- методы работы с базами данных

- методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов

Список вопросов к дифференцированным зачету

1. Особенности маркетинга в туризме.
2. Специфика и комплексный характер туристского маркетинга.
3. Сущность маркетинговых мероприятий.
4. Составляющие маркетинговой деятельности.
5. Понятия туристского продукта и туристских услуг.
6. Основные функции маркетинга в туризме.
7. Маркетинговые коммуникации в сфере туризма.

8. Законодательные акты РФ «Об основах туристской деятельности».
9. Маркетинг - система взаимосвязанных приемов и мер в турфирме.
10. Виды и цели маркетинговых исследований.
11. Маркетинговые исследования в туризме.
12. Этапы маркетинговых исследований.
13. Ситуационный анализ в туристической деятельности.
14. Источники информации в работе по проведению исследований.
15. Презентационные технологии в туризме.
16. Типы вопросов в маркетинговых исследованиях.
17. Основные факторы, влияющие на туристский спрос.
18. Особенности психологии поведения потребителей туристских услуг.
19. Сегментация туристского рынка.
20. Основные подходы к сегментации туристского рынка.
21. Потребительские группы туристских услуг.
22. Определение целевых рынков.
23. Элементы маркетинговой стратегии туристских предприятий России.
24. Планирование и разработка туристского продукта.
25. Жизненный цикл туристического продукта.

Тест

ВАРИАНТ А

Выберите правильный ответ

1. Рынком покупателей называется:

- а) рынок, на котором спрос на товары при фиксированной цене превышает спрос на него
- б) рынок, на котором предложение товара при фиксированной цене превышает спрос на него
- в) рынок, который представляет совокупность существующих и потенциальных покупателей
- г) рынок взаимодействия продавцов и покупателей

2. К субъектам рынка относятся:

- а) домохозяйства
- б) предприниматели, индивидуальные и коллективные потребители продукции, государственные и общественные организации как участники сделок на рынке
- в) политические партии
- г) предприниматели

3. Рынок изучают в целях:

- а) удачного вступления в конкурентную борьбу
- б) использования благоприятно складывающейся конъюнктуры
- в) разработки тактики поведения фирмы, снижения рисков путем выбора таких рынков, которые будут способствовать достижению фирмой коммерческого успеха
- г) увеличения объема продаж

4. Под конъюнктурой рынка понимают:

- а) сложившиеся на рынке традиции купли-продажи товаров
- б) современное состояние экономики в целом, отдельной отрасли или конкретного товарного рынка
- в) определение ёмкости рынка.
- г) формирование стратегии и тактики компании

5. К показателям конъюнктуры рынка относятся:

- а) маркетинговая стратегия выхода фирмы на новые рынки
- б) показатели материального производства
- в) конкуренты и их стратегии.
- г) рыночные коммуникации

6. Ваш турист отправляется на отдых в санаторий в Подмосковье. Какие документы ему нужно будет взять с собой кроме путевки?

- а) паспорт РФ и медицинский страховой полис
- б) паспорт РФ, медицинский страховой полис, санаторно-курортную карту
- в) паспорт РФ
- г) паспорт РФ и санаторно-курортную карту

7. Укажите полетное время прямого рейса из Москвы до Шарм- Эль-Шейха

- а) 2,5 часа
- б) 1,5 часа
- в) 6 часов
- г) 4,5 часа

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

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

Найдите соответствие

9. Где находятся перечисленные достопримечательности?

- | | |
|------------------------|-------------------|
| а) Карфаген | е) Италия |
| б) Босфорский мост | ж) Турция |
| в) Стена плача | з) Тунис |
| г) Букингемский дворец | и) Израиль |
| д) Пизанская башня | к) Великобритания |

10. В каких странах расположены следующие пляжные курорты?

- | | |
|-------------|-------------|
| а) Варадеро | е) Тунис |
| б) Кемер | ж) Израиль |
| в) Джумейра | д) Хаммамет |
| г) Эйлат | к) Куба |
| д) Хаммамет | и) Турция |

Отметьте в данном перечне то, что не относится

11. К элементам комплекса маркетинга:

- а) товар
- б) цена
- в) исследования
- г) продвижение

12. К рыночным атрибутам товара:

- а) имидж
- б) упаковка
- в) уникальность
- г) марка
- д) простота ухода

Выберите несколько правильных ответов

13. К морям, омывающим Египет относятся:

- а) Эгейское море
- б) Адриатическое море
- в) Красное море
- г) Средиземное море.

14. К сегментированию по географическому принципу относятся:

- а) государства, расы, национальности
- б) округа, пол, возраст
- в) страны, области, города

г) все вышеперечисленное

15. К выявлению психографических характеристик:

- а) дробление рынка
- б) сегментирование рынка
- в) исследование рынка
- г) внедрение на рынок

16. Какие существуют типы потребителей по направлению использования

- а) индивидуальные
- б) персонифицированные
- в) массовые
- г) производственные
- д) рациональные

17. В каких странах в разные сезоны можно кататься на лыжах и купаться в море и загорать?

- а) Болгария
- б) Франция
- в) Турция
- г) Швейцария
- д) Греция
- е) Италия

Какие из перечисленных ниже факторов являются:

18. Наиболее рациональной формой стратегии фирмы:

- а) концентрированный маркетинг
- б) дифференцированный маркетинг
- в) недифференцированный маркетинг
- г) отказ от маркетинга

19. Основными субъектами маркетинга:

- а) производитель, поставщик, посредник, конкурент, потребитель
- б) конкурент, потребитель, фирма, рынок, производитель
- в) производитель, поставщик, конкурент, фирма, клиент
- г) рынок, товар, производитель, потребитель, фирма.

20. Маркетинговой средой фирмы:

- а) руководство фирмы
- б) сотрудники службы маркетинга фирмы
- в) активные силы и субъекты, действующие за пределами фирмы и неподдающихся непосредственному контролю с ее стороны
- г) рыночные конкуренты

Объясните ситуацию с т. зрения туроператорской деятельности

21. Турист едет на отдых в Турцию и спрашивает совета, где ему лучше приобрести экскурсию в Памуккале? Ваш ответ:

- а) на ресепшн отеля у менеджера
- б) посоветую не ездить на экскурсии
- в) в любом экскурсионном бюро за пределами отеля
- г) у отельного гида принимающей стороны туроператора

22. Что обычно пишется на табличке, с которой туриста встречает в аэропорту представитель туроператора?

- а) имя и фамилия туриста
- б) название отеля, указанное в ваучере
- в) имя и фамилия представителя туроператора
- г) название и логотип туроператора, указанные в ваучере

23. Фирма «Турсервис» продает один и тот же тур по одной цене. Вся реклама фирмы однотипна и направлена на весь рынок в целом. В своей деятельности данная фирма ориентируется на:

- а) маркетинговую концепцию

- б) сегментацию рынка
- в) стратегию концентрации
- г) стратегию массового охвата

24. Какие страны подходят для пляжного отдыха в летний сезон?

Турция, Италия, Болгария, Индия, Индонезия, Испания все

25. В каких странах расположены следующие курортные города?

- а) Салоу –
- б) Фуджейра –
- в) Пунта-кана –
- г) Туапсе –
- д) Будва –

ВАРИАНТ Б

Выберите правильный ответ

1. Сегментацией рынка называется:

- а) метод оценки потенциала фирмы с точки зрения рынка
- б) разбивка покупателей или рынка на совокупности лиц со схожими потребностями в отношении товара и услуги, достаточными ресурсами, готовностью и возможностью
- в) выделение товарных групп, пользующихся наиболее высоким спросом на рынке
- г) массовое производство и сбыт товаров

2. Наиболее важными критериями для сегментации рынков потребительских товаров являются:

- а) уровень платежеспособного спроса
- б) географические, демографические, психографические и поведенческие критерии
- в) сложившиеся традиции в потреблении
- г) конкурентоспособность товара и степень его внедрения на рынок

3. Под географическим критерием сегментации понимается:

- а) сегментация, построенная по региональному принципу
- б) разбивка рынка по регионам, исходя из климатических различий
- в) разбивка рынка на разные географические единицы
- г) географический критерий, личность руководителя

4. Позicionированием товара называют:

- а) сравнение и сопоставление на рынке товаров одного вида и определение их позиций на рынке
- б) действия по обеспечению товару конкурентоспособного положения на рынке и разработка соответствующего комплекса маркетинга
- в) конкурентоспособность товара и степень его внедрения на рынок
- г) уровень развития технологии производства

5. Массовый маркетинг представляет собой:

- а) сбыт товаров массовому потребителю
- б) массовое производство и сбыт товаров
- в) массовое производство, массовое распределение и массовое стимулирование сбыта одного и того же товара для всех покупателей сразу
- г) формирование стратегии и тактики компании

6. Национальная валюта Болгарии – это:

- а) болгарская лира
- б) болгарский лев
- в) евро
- г) болгарский доллар

7. 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

8. 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

9. Что такое туристическая виза?

- а) документ по которому происходит заселение в отель?
- б) документ, который дает возможность бесплатного посещения экскурсий
- в) документ, который дает возможность въезда на территорию какого-либо государства с целью совершения туристической поездки
- г) проездной документ туриста

10. Какие моря омывают Турцию?

- а) Эгейское, Средиземное, Черное, Мраморное
- б) Эгейское, Средиземное, Мраморное
- в) Черное, Средиземное
- г) Эгейское, Средиземное, Черное

Выберите несколько правильных ответов

11. В каких перечисленных странах гражданам РФ вместо визы, вклеенной в паспорт, может выдаваться визовое подтверждение (электронное разрешение) на отдельном листе формата А4 на въезд в страну:

- а) Испания
- б) Греция
- в) ОАЭ
- г) Индия

12. Какие существуют типы потребителей по направлению использования

- а) индивидуальные
- б) персонифицированные
- в) массовые
- г) производственные
- д) рациональные

13. Какие существуют типы потребителей по признаку коммуникабельности

- а) зажатые
- б) разумные
- в) равнодушные
- г) апатичные
- д) раскованные

14. Какие существуют типы потребителей по отношению к цене

- а) экономные
- б) апатичные
- в) жадные
- г) рациональные
- д) персонифицированные

В каких географических зонах находятся:

15. Перечисленные достопримечательности?

- а) Вулкан Этна –
- б) Нотр-Дам де Пари –

- в) Музей восковых фигур мадам Тюссо –
- г) Пирамида Хеопса –
- д) Тадж-Махал -

16. Где находятся перечисленные достопримечательности?

- а) Камень Афродиты -
- б) Лувр –
- в) Карлов мост –
- г) Музей Прадо -
- д) Статуя Эрнесто Че Гевары –

Исключите лишнее:

17. Какой из элементов не относится к комплексу коммуникаций?

- а) стимулирование сбыта
- б) цена
- в) реклама
- г) личная продажа.

18. Основным различием между рекламой и паблिसити является:

- а) более высокие затраты рекламы
- б) прямая оплата паблисити и косвенная оплата рекламы
- в) прямая оплата рекламы и косвенная оплата паблисити
- г) наличие обратной связи в рекламе

Проранжируйте в соответствии с установленной закономерностью:

19. Этапы создания новых товаров:

- а) пилотные образцы товара
- б) запуск товара в производство
- в) разработка, рассмотрение, отбор и коммерческий анализ идей
- г) создание образца

20. Этапы жизненного цикла товара:

- а) роста
- б) зрелости
- в) стагнации
- г) выведения на рынок

Найдите соответствие

21. Аббревиатуры, обозначающие тип размещения, с соответствующими расшифровками:

- | | |
|-------------|--|
| а) SGL+CHLD | з) Одноместный номер с дополнительным местом для ребенка |
| б) TWIN | е) Четырехместное размещение |
| в) QDPL | д) Двухместный номер с одной двуспальной кроватью |
| г) DBL | ж) Двухместный номер с двумя отдельными кроватями |

22. Столицы и государства:

- | | |
|------------|------------|
| а) Турция | е) Бангкок |
| б) Индия | ж) Афины |
| в) Египет | з) Анкара |
| г) Греция | и) Дели |
| д) Таиланд | к) Каир |

23. Этапы жизненного цикла товара и прибыль:

- а) получением значительной прибыли
- б) покрытием всех затрат
- в) необходимостью нести определенные убытки
- г) вложений на продвижение товара
- д) роста
- е) зрелости

ж) стагнации

з) выведения на рынок

24. Аббревиатуры, обозначающие тип питания, с соответствующими расшифровками:

а) HB

ж) расширенный полный пансион, завтра+обед+ужин

б) FB+

з) шведский стол, а также напитки полупансион

в) UAL

д) без питания

г) RO

е) «Ультра все включено», в т.ч. спиртные напитки местного и импортного производства

25. Термины, обозначающие вид из окна номера, с соответствующими расшифровками:

а) Sea view

е) боковой вид на море

б) Pool view

ж) размещение в отеле без уточнения типа номера и вида из окна

в) Garden view

з) вид на сад

г) ROH

и) вид на бассейн

д) Sea Side view (SSV)

к) вид на море

Инструкция к выполнению работы

На подготовку ответа отводится 1 ч.

Во время подготовки можно пользоваться правовыми нормами и локальными актами ГТК
Доступ к сети интернет для поиска справочной информации

Критерии оценивания

Общий балл:

от 80% до 100% (20 – 25 правильных ответов) - «отлично»

от 60% до 80% (15 – 24 правильных ответов) – «хорошо»

от 50% до 60% (13 – 23) – «удовлетворительно»

меньше 50% правильных ответов – «неудовлетворительно»

2.3. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности с использованием практических заданий

В состав комплекта входят задания для экзаменуемых и пакет экзаменатора (эксперта).

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ЭКЗАМЕНУЮЩИХСЯ № 1

количество вариантов 3

Оцениваемые компетенции: ПК 3.1. ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4 ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5
ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9

Условия выполнения задания на практическом занятии по дисциплине

Время выполнения каждого задания 1 час

С использованием компьютера (нормативные и справочные документы)

Задание моделирует реальную ситуацию деятельности турагента

Вариант № 1

Текст задания: побудить клиентов к выбору

Инструкция

Ознакомьтесь с заданием, выполнить поставленные условия

Вариант № 2

Текст задания: почему фактор удовлетворенности или неудовлетворенности клиента играет такую большую роль в туристском бизнесе?

Инструкция

Ознакомиться с заданием, выполнить поставленные условия

Вариант № 3

Текст задания: в чем смысл разведки деятельности конкурентов?

Инструкция

Ознакомиться с заданием, выполнить поставленные условия

ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА

Показатели оценки результатов освоения программы профессионального модуля

Номер и краткое содержание задания	Оцениваемые компетенции	Показатели оценки результата (требования к выполнению задания)
<p>№ 1 Использовать инструменты делового общения</p> <p>1. Вы консультируете клиентов турагентства — супружескую пару. Клиенты проявляют нерешительность в выборе дестинации: Турция или Испания. Цена номера в выбранной категории отеля примерно одинакова. Супруга сомневается. Супруг откровенно скучает и намерен уходить.</p>		<p>Оценка «зачтено» ставится обучающемуся, если он решил задачу с учетом соответствия профессиональным компетенциям.</p> <p>Оценка «не зачтено» ставится обучающемуся, если он решил задачу без учета соответствующих профессиональных компетенций</p>
<p>№ 2 Какие цели преследует фирма «Созвездие», используя такой прием работы с посетителями? Каждому посетителю, пришедшему в офис туристской фирмы «Созвездие», вручается открытка с фотографией сотрудников, подпись под которой гласит: «Мы Вас внимательно слушаем. Это бесплатное письмо, адресованное директору фирмы г-ну Павлову О.И.» На обратной стороне открытки посетитель читает: «Мы благодарим Вас за то, что Вы обратились к нам. Ведь именно благодаря нашим клиентам мы стали одним из лидеров туристского рынка. Для того чтобы сохранить за собой позиции, нам необходимо знать, что мы делаем неправильно. Предложения и замечания относительно обслуживания потребителей, какими бы незначительными они ни были, мы примем с благодарностью. Каждое из</p>	<p>ПК 2.1. ПК 2.2 ПК 2.3 ПК 2.4 ПК 2.5 ПК 2.6 ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9</p>	

них будет внимательно рассмотрено г-ном Павловым О.И.»..		
<p>№3</p> <p>Какие цели преследовала подобная «разведка» фирмы?</p> <p>Как-то раз воскресным утром шестеро служащих компании «Marriot» поселились в недорогом отеле недалеко от аэропорта. Устроившись в тридцатидолларовых номерах, имевших стандартные красные коврики на полу и пурпурные шторы на окнах, они занялись привычным делом. Один из них позвонил администратору и сказал, что у него порвался шнурок: не может ли кто-нибудь сбегать в магазин за новыми шнурками для него? Другой внимательно осмотрел туалетные принадлежности: мыло, шампунь, полотенца, третий завалился на кровать и принялся стонать, охать и так ерзать на ней, что спинка кровати стучала о стену, а его коллега в соседнем номере отмечал про себя, что звукоизоляция в отеле никудышная. Так в течение шести месяцев «разведчики» фирмы «Marriot» разъезжали по стране, собирая данные относительно гостиниц для туристов – рынка, на который их фирма собиралась внедриться</p>		
Оборудование: _персональные компьютеры		

Литература для экзаменуемых

1. Борисов Ю.Н. Маркетинг в туризме. М.: ИНФРА-М, 2015. 150 с.
2. Быстров С.А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: учебное пособие. – М.: ФОРУМ: ИНФА-М, 2017. 80 с.
3. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса: Учебное пособие. М.: Ось – 89, 2016. 130 с.
4. Кусков А.С., Голубева В.Л. Туроперейтинг: учебник. – М.: ФОРУМ: ИНФА-М, 2016. 345 с.
5. Любавина Н.Л., Кроленко Л.А., Нечаева Т.А. Технология и организация туроператорской деятельности: учебное пособие. – М.: Академия, 2016.120 с.

6. Сухов Р.И. Организация работы туристического агентства: Учебное пособие. М.: Март, 2017. 145 с.

2.4. Контроль приобретения практического опыта

Требования к практическому опыту и коды формируемых профессиональных компетенций	Коды и наименования формируемых профессиональных, общих компетенций	Виды и объем работ на производственной практике, требования к их выполнению и/или условия выполнения	Документ, подтверждающий качество выполнения работ
1	2	3	4
Определение целевых сегментов	ПК 3.1 ОК 4	Качественно проводит анализ рынка потребителя турпродукта в рамках маркетингового исследования	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Составление анкет для опроса клиентов	ПК 3.2 ОК 5	Грамотно составляет опросные листы, с учётом правил вёрстки анкет	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Проведение опроса, анализ результатов	ПК 3.1 ОК 5	Корректно, с соблюдением коммуникативных приёмов, проводит опрос потребителей турпродукта. Владеет приёмами анализа результатов опроса	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Корректировка базы данных, с учётом мотивации клиентов	ПК 3.2 ОК 5	Умеет выделить проблему исследования и применить её для корректировки базы данных	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Разработка программы тура, с учётом анализа маркетингового исследования	ПК 3.3 ОК 5	На аналитическом материале, с учётом выявленной проблемы разрабатывает программу тура	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Составление турпакета в соответствии с запросами клиентов	ПК 3.3 ОК 6	Владеет методикой расчёта стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия.
Анализ видов реклам-	ПК 3.4	Использует эффектив-	Аттестационный

ного продукта, используемого турагентством	ОК 3	ные методы рекламы турпродукта, в соответствии с бюджетом фирмы	лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Ознакомление с деятельностью турагентства на выставках, оценка данной деятельности	ПК 3.4 ОК 8	Знает правила работы и методы анализа результатов деятельности компании на выставках	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Практическое применение методов работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта	ПК 3.3 ОК 2	Владеет формами работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Практическое применение правил оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями	ПК 3.2 ОК 6	Грамотно ведёт документооборот с использованием информационных технологий	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия

3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Основные источники:

1. Абрамец М.И. Изучение деятельности туристических фирм в России [Электронный ресурс] / М.. - М.: Лаборатория книги, 2016. - 90 с.
2. Гончарова И.В. **Маркетинг туризма**: учебное пособие / Гончарова И.В. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2017. – 224
3. Джанджугазова Е.А. Маркетинговые технологии в туризме: маркетинг туристских территорий: учеб пособие для СПО/ Е.А. Джанджугазова – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 208 с.

Дополнительные источники:

4. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ
5. О федеральной целевой программе «Развитие въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)»: Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 г.. № 644

Интернет-ресурсы:

8. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=59708> – ISBN 978-5-279-03247-1. – Туроперейтинг: организация деятельности
9. <http://veshalki.su/marketing-v-turizme-17-2-razrabotka-programmy-stimulirovaniya-sbyta/> Маркетинг в туризме: Разработка программы стимулирования сбыта
10. <http://www.iprbookshop.ru/74506.html>.— ЭБС «IPRbooks» Основы туризма