

Частного профессионального образовательного учреждения
«Магнитогорский колледж современного образования»

Принят
методическим советом
ЧПОУ «Магнитогорский колледж
современного образования»

Протокол № 6 от 27 июня 2022 г.

СОГЛАСОВАНО: _____

«Бюро Путешествий Мария Белых»
Белых М.В.

« 24 » 06 2022г



Утверждаю:
Директор ЧПОУ «Магнитогор-
ский колледж современного об-
разования»
С.А.Кузьмина



« 22 » 06 2022г

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.01 ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ**

программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности **43.02.10 Туризм**

(базовой подготовки)

(заочная форма обучения)

Разработчики:

1. Чистякова А.А., преподаватель
2. Сафонова И.В., преподаватель

Эксперты (при наличии):

1. ФИО, должность
2. ФИО, должность

Техническая экспертиза комплекта контрольно-оценочных средств профессионального модуля **ПМ.01 Предоставление турагентских 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.....	9
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	18
2.3. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности наименование ВПД.....	30
2.4. Контроль приобретения практического опыта.....	31
3. Рекомендуемая литература и иные источники.....	33

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 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	<ul style="list-style-type: none">- разрабатывает анкеты;- составляет опросные листы;- информирует анкетированного о последовательности проведения социологического исследования;- обрабатывает полученные результаты;- ведет документация на электронных и бумажных носителях.	Тестирование. Ситуационные практические задания.
ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах.	<ul style="list-style-type: none">- информирует потребителя о видах услуг;- изучает потребителей туристского продукта	Ситуационные практические задания Наблюдение во время практического занятия
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта.	<ul style="list-style-type: none">- ведет переговоры с поставщиками тур услуг;- проводит рекламные компании по продвижению туристского продукта- заполняет разовые заявки под конкретного и реального клиента;	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	<ul style="list-style-type: none">- рассчитывает стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя;- ведет документацию на электронных и бумажных носителях	Выполнение проблемно-ориентированной задачи Ситуационные практические задания
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).	<ul style="list-style-type: none">- оформляет турпакет;- оформляет ваучеры;- оформляет страховые полисы;- ведет документацию на	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях

	электронных и бумажных носителях	
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	- оказывает визовую поддержку потребителю ведет документацию на электронных и бумажных носителях	Ситуационные практические задания
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности	- заполняет бланки формы Тур-1 "Туристская путевка"; ведет документацию на электронных и бумажных носителях	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях
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 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Самостоятельный выбор темы Курсовой работы	Защита аргументов выбора на занятии
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Подбор источников информации для Курсовой работы	Утверждение библиографического списка источников информации на консультации по ВКР
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Подготовка сообщения об использовании информационных справочников в туризме	Оценка сообщения об отчете по практике
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Разработка маршрута экскурсии	Оценка выполнения поставленной задачи
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
Выявление и анализ потребностей заказчиков, подбора оптимального туристского продукта	Проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта
Использование современной офисной техники	Работа с основными информационными программами.
Оформление и расчет стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя	Расчет стоимости турпакета, предварительное бронирование
Оказания визовой поддержки потребителю	Оформление виз
Оформления документации строгой отчетности	Оформление турпутевки, ваучера, страхового полиса
Взаимодействие с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта	Разработка и реализация рекламной кампании

1.1.3. Освоение умений и усвоение знаний:

Освоенные умения, усвоенные знания	Показатели оценки результата	№№ заданий для проверки
1	2	3
У 1 Определять и анализировать потребности заказчика	Анкетирование и опрос клиентов	Практическое занятие
У 2 Выбирать оптимальный турпродукт	Анализ полученной информации	Практическое занятие
У 3 Взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения	Построение коммуникаций в соответствии с правилами делового общения	Решение кейсов
У 4 Осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники	Предварительное бронирование заявки потребителя	ПП ПМ..01
У 5 Разрабатывать и формировать рекламные материалы	Разрабатывать презентации турпродукта	Разработка презентационных материалов
У 6 Оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта	Оформление документации	Деловые игры
У 7 Принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности	Демонстрация умения работы с кассовым аппаратом	Практическая работа
У 8 Предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы	Разработка информационного материала	ПП ПМ..01

У 9 Консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туопера по оформлению виз	Заполнение пакета документов	Практическая работа
У 10 Составлять туоператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран	Заполнение пакета документов	Практическая работа
3 1 Структура рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя	Анализ рекреационных потребностей на сайтах туоператоров	Практическая работа
3 2 Требования российского законодательства к информации, представляемой потребителю, к правилам реализации туристического продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туопера	Знание требований к взаимодействию туоператор - турагент	Деловая игра
3 3 Различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном правила и возможности их использования	Разработка информации на русском и иностранном языках	Практическая работа
3 4 Методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках	Анализ баз ведущих туоператоров России	Практическая работа
3 5 Технологии использования базы данных	Способы рассылки информации потребителю	Презентация разработки
3 6 Статистика туризма, профессиональная терминология и принятые в туризме аббревиатуры	Знание профессиональной терминологии	Тестирование
3 7 - Основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований	Составление опросников	Практическая работа
3 8 Виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий	Практические приёмы рекламы турпродукта	Разработка презентации
3 9 Правила оформления деловой документации	Составление 2образцов деловой документации	Практическая работа
3 10 Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации	Разработка информационного листка	Практическая работа
3 11 Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы	Разработка информации для потребителя	ПП ПМ.01

3 12 Информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию	Знание основных информационных пакетов в туиндустрии	Отчет на практике ПП ПМ.01
---	--	----------------------------

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 01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта	Дифференцированный зачет
МДК 01.02 Технология организации турагентской деятельности	Дифференцированный зачет
Производственная практика	Дифференцированный зачет
ПМ.01	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: контрольных работ, зачета, дифференцированного зачета, экзамена, комплексного экзамена.

Предметом оценки освоения МДК являются умения и знания. Экзамен 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 продаж и продвижения турпродукта

Формы и процедура промежуточной аттестации знаний определяются Положением «О текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся».

Контрольная работа проводится в форме выполнения контрольных заданий предложенных студентам вариантов.

Промежуточная аттестация проводится в форме, предусмотренной планом учебного процесса: дифференцированного зачета.

2.1.1. Контрольная работа

Задание №1

- 1) Привести пример классификации типов потребителей турпродукта, с учётом их психологических особенностей
- 2) Перечислить каналы сбыта турпродукта, дать характеристику эффективности каждого из них
- 3) Техники личной продажи – приёмы и инструменты взаимодействия с потребителями

Задание №2

1) Семья из 3 человек (родители и ребенок 5 лет). Интересуются недорогими турами. Подберите туристский регион, туристский продукт, рассчитайте его стоимость, проконсультируйте клиента об особенностях туристских формальностей для данного региона, оформите необходимые документы.

2) На основе требований и пожеланий клиента подобрать туристский регион, туристский продукт, рассчитать его стоимость, проконсультировать клиента об особенностях туристских формальностей для данного региона, оформить необходимые документы

Задание №3

1) Перечислить услуги, входящие в турпродукт, рассчитать его различные варианты, оформить документацию заказа на расчет тура

2) Цель поездки спортивный туризм (горные лыжи). Время поездки февраль. Продолжительность 10 дней. Семья из 2 человек. Финансовые возможности ограничены. Подберите туристский регион, туристский продукт, рассчитайте его стоимость, проконсультируйте клиента об особенностях туристских формальностей для данного региона, оформите необходимые документы

Критерии оценивания:

5 (отлично)- работа выполнена полностью и правильно; сделаны правильные выводы;

4 (хорошо)- работа выполнена правильно с учетом 2-3 несущественных ошибок исправленных самостоятельно по требованию преподавателя

3 (удовлетворительно)- работа выполнена правильно не менее чем на половину или допущена существенная ошибка;

2(неудовлетворительно)- допущены две (и более) существенные ошибки в ходе работы, которые обучающийся не может исправить даже по требованию учителя или студент отказался от выполнения работы без предварительного объяснения уважительных причин

Список вопросов к дифференцированному зачету

1. Теоретические основы продвижения туристского продукта.
2. Техники личной продажи.
3. Организация общественного мнения.
4. Социально-культурный сервис и туризм.
5. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме.
6. Основные принципы социально-культурного сервиса и туризма.
7. Технологический прогресс как фактор инноваций в гостиничном бизнесе.
8. Инновации при управлении продажами.
9. Современное определение комплекса услуг предприятий питания.
10. Маркетинговая концепция в мировом рынке гостиничных услуг.
11. Сегментирование рынка.
12. Каналы сбыта турпродукта.
13. Классификация типов потребителей турпродукта.
14. Управление процессом принятия клиентом решения о покупке.
15. Мотивация потребительского поведения и её влияние на процесс продаж.
16. Расчет стоимости турпакета в соответствии с заявкой потребителя.
17. Расчет стоимости рецептивным и инициативным туроператорам.
18. Принятие денежных средств в оплату туристической путевки.
19. Обеспечение своевременного получения потребителем документов необходимых для осуществления турпоездки.
20. Перечень стран входящих в Шенгенское соглашение, правила пересечения границ этих стран гражданами РФ.
21. Особенности заполнения документов на основании требований туроператора по оформлению виз.
22. Туристско-рекреационный потенциал и турпродукты отдельных стран.
23. Правила и возможности использования информационных ресурсов: комплексная прогамма «Мастер-Тур», «САМО-Турагент».
24. Методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов.
25. Технологии использования базы данных для ведения архива постоянных клиентов, список туроператоров России, стран СНГ и зарубежья.
26. Источники правового регулирования отношений по оказанию туристского обслуживания.
27. Договор с туристом о реализации турпродукта.
28. Договор между турагентом и туроператором.
29. Претензии по качеству турпродукта
30. Решение правовых ситуаций с использованием нормативно-правовых актов.

Тест

I ВАРИАНТ

1. Постановка цели ценообразования «максимизация текущей прибыли» возможна в условиях, когда

- а) с одной стороны, туризм— это путешествия с целью отдыха, с другой стороны, туризм — это деловые поездки;
- б) с одной стороны, туризм— это особый вид путешествий, с другой стороны, туризм — деятельность по организации, реализации и сопровождению путешествий;
- в) с одной стороны, туризм— это путешествия в другие страны, с другой стороны, туризм — путешествия по родной стране.

2. Конкуренция между тур. предприятиями, занимающимися сходными видами деятельности, направлена на:

- а) поиск условно свободных рыночных ниш и целевых сегментов;
- б) разработку новых продуктов для расширения рынка предложений;

- в) разорение конкурирующих турфирм;
- г) поиск новых, более эффективных методов работы и способов ведения бизнеса;
- д) создание монополии в туризме.

3. Высокий уровень образованности и информированности современного потребителя требует:

- а) *высокого уровня профессионализма персонала тур. предприятия;*
- б) *высокого уровня обслуживания во время путешествия и отдыха;*
- в) *высокого уровня ценовой политики турфирмы*

4. Турпакет или тур представляет собой:

- а) туристские ресурсы местности, способные удовлетворить потребности туриста;
- б) *комплекс различных услуг, объединённых на основе главной цели путешествия, которые удовлетворяют потребности туриста и предоставляется в определённые сроки и по определённому маршруту;*
- в) совокупность всего, что может быть предложено на рынке потребителю и включает в себя физические объекты, услуги, места, идеи и т.д.;

5. Покупательский спрос – это:

- а) желание, подкреплённое покупательской способностью;
- б) потребность, которая переходит в категорию желания;
- в) *желание, которое потребитель мечтает осуществить*

6. Природные ресурсы, объекты и системы инфраструктуры туризма, услуги предприятий туристской индустрии, материальные товары туристского и сопутствующего характера являются ли составляющими туристского продукта?

- а) *да, все являются составляющими тур. продукта;*
- б) *не все являются составляющими тур. продукта;*
- в) *нет, не являются составляющими тур. продукта;*

7. Маркетинг в туристской индустрии – это:

- а) комплекс действий фирмы в условиях рынка, превращающий потребности людей (клиентов фирмы) в доходы фирмы;
- б) рыночная деятельность, позволяющая получать предприятию прибыль;
- в) *деятельность предприятия, связанная с исследованием рынка для получения информации.*

8. Сущностью клиент ориентированного подхода в туристской индустрии является

- а) *эффект (закон) Парето (закон 20 на 80) согласно которого 20% целевых клиентов приобретают 80% тур. услуг;*
- б) *закономерность, согласно которой следует отказаться от невыгодных клиентов;*
- в) *клиент является центром бизнеса любого тур. предприятия; смыслом, способом и необходимым условием существования, функционирования и финансового успеха каждой турфирмы.*

9. Установите в порядке возрастания уровни потребностей согласно пирамиде (иерархии) потребностей А.Маслоу

- а) потребность в самореализации 5
- б) потребность в безопасности, стабильности, порядке 2
- в) физиологические потребности 1
- г) потребность быть принятым «ближним кругом», в любви, дружбе 3
- д) потребность в уважении, авторитете, признании 4

10. Процесс изменения в поведении человека под влиянием накопленного опыта называется

- а) восприятие
- б) усвоение
- в) убеждение
- г) *установка.*

11. В основе правильного понимания поведения потребителей сформулированы пять суждений

- а) поведение потребителя всегда целенаправленно;

- б) потребитель всегда имеет ...;
- в) поведение потребителя – это процесс, имеющий определённые временные рамки
- г) на поведение потребителя ...;
- д) *потребителя надо консультировать, помогать ему, сопровождать в процессе принятия решения о покупке.*

12. Всё многообразие видов каналов распределения может быть сведено к двум типам:

- а) принудительный и свободный
- б) прямой и опосредованный;
- в) *прямой и косвенный;*
- г) опосредованный и обратный

13. Двухуровневый канал распределения включает в себя:

- а) *туроператора и турагентство;*
- б) туроператора, турагентство, туриста

14. Эксклюзивное распределение (сбыт) тур. продукта предполагает

- а) право реализации продуктов производителя предоставляется любому посреднику, имеющему для этого возможности и желание;
- б) форму распределения, при которой производитель намеренно и резко ограничивает количество посредников, которым при том предоставляются определённые льготы и привилегии;
- в) *вариант, подразумевающий выборочное отношение к потенциальным агентам, конкурс среди них, после которого к совместной работе допускаются организации, максимально отвечающие требованиям производителя*

15. Профессиональное общение с клиентом складывается из:

- а) формального и неформального;
- б) *вербального и невербального;*
- в) делового и личного

16. Цель начала деловой беседы с клиентом заключается

- а) в налаживании деловой обстановке
- б) *в максимально быстром установлении контакта с клиентом на рациональном и эмоциональном уровне*
- в) в умении убедительно воздействовать на делового партнёра.

17. Вопрос, который побуждает собеседника подтвердить сказанное Вами, назы-вается:

- а) закрытым вопросом;
- б) открытым вопросом;
- в) *наводящим вопросом;*
- г) альтернативным вопросом

18. Если Вы потеряли инициативу в деловой беседе и хотите вновь взять её в свои руки, необходимо использовать:

- а) наводящий вопрос;
- б) встречный вопрос
- в) *альтернативный вопрос*
- г) контрольный вопрос

19. Слушатель заранее негативно воспринимает информацию собеседника, на-строен против, относится:

- а) *к предвзятому слушанию*
- б) к негативному слушанию
- в) к избирательному слушанию
- г) к молчаливому слушанию

20. Главными целями презентации тур. продукта клиенту являются:

- а) *убеждение клиента в том, что предлагаемый продукт максимально полно удовлетворяет его потребности, оптимально соответствует запросам клиента*
- б) познакомить клиента с техническими возможностями турфирмы
- в) стимулирует клиента к нужным действиям

21. Функцию маскировки, муляжа, за которыми скрывается истинное возражение, которое клиент по каким-либо причинам не желает открыть, выполняют:

- а) *препятствия непреодолимой силы*
- б) ложные возражения
- в) объективные условия

22. Нормальная реакция человека на несовпадение имеющейся и новой информации, которое потенциальный покупатель пытается ликвидировать при помощи продавца, называется:

- а) *истинное возражение*
- б) ложное возражение
- в) *препятствие непреодолимой силы*
- г) объективные условия

23. Возможные ошибки при стимулировании клиента на покупку

- а) *преждевременное предложение клиенту заключить сделку*
- б) затягивание беседы о характеристиках продукта;
- в) психологические барьеры продавца
- г) страх перед возможным отказом

II ВАРИАНТ

1. Тенденция трансформации конвейерного туризма представляет собой

- а) переход в массовый дифференцированный туризм
- б) *вовлечение в процесс туризма большего числа людей*
- в) использование инновационных предложений в сфере туризма

2. Монополизация туристской индустрии проявляется в:

- а) объединении турфирм с партнёрами в стратегические союзы;
- б) долевом участии крупных туроператоров в капитале других турфирм;
- в) объединении фирмами части своих функций и усилий в определённых сферах деятельности
- г) стремлении устранения конкурента;
- д) *стремлении получения сверхприбыли за счет возможности установления свободных цен на туры.*

3. Гедонистическая ориентация потребителей предполагает спрос на:

- а) новые неизвестные впечатления
- б) экстремальных вид отдыха;
- в) *получение земных радостей, удовольствия, положительных эмоций*
- г) высокий уровень обслуживания во время покупки тура.

4. Испытываемое человеком чувство нехватки чего-либо необходимого называется:

- а) *желанием*
- б) потребностью
- в) покупательским спросом
- г) потребительской ценностью

5. Субъективная оценка клиентом разницы между тем, что клиент ожидал получить от приобретаемого продукта и тем, что по его мнению он получил на самом деле называется:

- а) качество тур. продукта
- б) потребительская ценность тур. продукта;
- в) *степень удовлетворённости клиента*
- г) потребительский спрос

6. Под высокой эластичностью спроса на тур. продукт понимается

- а) зависимость от слухов, моды, престижно-статусных характеристик
- б) *зависимость изменения спроса от изменения цены*
- в) зависимость от уровня доходов населения
- г) зависимость от политических, социальных, экологических условий

7. Процесс, посредством которого человек собирает, организует и интерпретирует информацию, создавая собственную картину окружающего мира называется:

- а) восприятие
- б) усвоение
- в) убеждение
- г) установка.

8. Не подвергаемое сомнению мнение человека по поводу чего-либо называется:

- а) восприятие
- б) усвоение
- в) убеждение
- г) установка

9. Каналом распределения (сбыта) в туризме называют:

- а) совокупность физических лиц и организаций, участвующих в процессе продвижения тур. продукта;
- б) совокупность физических лиц и организаций, участвующих в процессе продвижения тур. продукта, а также путь, по которому движутся эти продукты;
- в) совокупность фирм-посредников;
- г) путь перемещения тур. продуктов от производителя к потребителю

10. Конвейерный туризм (или массовый туризм) – это:

- а) туризм, который предполагает относительный примитивизм и однородность потребностей и мотивации туристов и соответственно обезличенный характер производимых услуг;
- б) туризм, который предполагает специализацию туристского предложения, направленную на удовлетворение разнообразных потребностей и мотиваций туристов;
- в) туризм, который ориентирован на мало-обеспеченные слои населения

11. Прямым каналом сбыта пользуются производители тур. услуг. К ним относятся:

- а) транспортные компании
- б) дистрибьюторы
- в) экскурсионные бюро
- г) средства размещения
- д) туроператоры
- е) турагентства

12. Туристское агентство – это

- а) обособленное предприятие, не связанное с основным, специализирующееся на продаже тур. продукта на определённой территории на основе договорных обязательств перед тур. предприятием
- б) независимое предприятие, специализирующееся на продаже тур. продуктов
- в) предприятие, специализирующееся на продаже тур. продуктов и созданное по воле туроператора

13. Селективное распределение (сбыт) тур. продукта предполагает:

- а) право реализации продуктов производителя предоставляется любому посреднику, имеющему для этого возможности и желание
- б) форму распределения, при которой производитель намеренно и резко ограничивает количество посредников, которым при том предоставляются определённые льготы и привилегии
- в) вариант, подразумевающий выборочное отношение к потенциальным агентам, конкурс среди них, после которого к совместной работе допускаются организации, максимально отвечающие требованиям производителя

14. Прямой маркетинг – это:

- а) канал распределения нулевого уровня
- б) непосредственное воздействие на потребителя в целях продвижения и реализации тур. продукта

- в) *развитие прямых отношений производителей тур. услуг с потенциальными клиентами*
- г) развитие отношений с клиентами по средствам телефонных звонков

15. Какой способ общения является основным для передачи информации, того, что продавец хочет сообщить клиенту:

- а) *вербальный*
- б) невербальный
- в) письменный
- г) устный

16. Вопрос, на который собеседник может, как правило, ответить только односложными «да» или «нет», называется:

- а) *закрытым вопросом*
- б) открытым вопросом
- в) наводящим вопросом;
- г) альтернативным вопросом

17. Вопрос, который не требует ответа и используется для поддержки клиента в правильности его выбора, называется:

- а) *риторическим вопросом;*
- б) встречным вопросом
- в) альтернативным вопросом
- г) контрольным вопросом

18. Слушатель не проявляет никаких эмоций, отвлекается, думает о чём-то другом, только делает вид, что слушает, относится:

- а) к предвзятому слушанию
- б) к негативному слушанию
- в) к избирательному слушанию
- г) к молчаливому слушанию
- д) *к отвлечённому слушанию*

19. Предоставление скидок в переговорах о цене тур. продукта предоставляются:

- а) в начале переговоров
- б) *в конце переговоров*
- в) в середине переговоров

20. Формирование олигопольной структуры современного туристского рынка характеризуется:

- а) *тем, что небольшое количество крупнейших туроператоров контролируют до 60% всего рынка*
- б) стремлением мелких туроператоров объединиться в крупные корпорации
- в) стремлением турфирм объединиться с зарубежными партнёрами для возможности продавать туры по высоким ценам

21. Качество туристского продукта – это:

- а) *совокупность всех свойств и характеристик продукта, которая способна максимально полно удовлетворить запросы потребителя*
- б) совокупность всех свойств и характеристик тур. продукта, которая задекларирована в договоре об оказании туристских услуг
- в) разница между тем, что клиент ожидал получить от тур. продукта и тем, что по его мнению он получил на самом деле

22. Зависимость спроса на туристские услуги от времени года и соотношения рабочих и нерабочих дней называют:

- а) покупательской способностью
- б) эластичностью спроса
- в) *сезонность*
- г) покупательской лояльностью.

23. Прямым каналом сбыта пользуются производители тур. услуг. К ним относятся:

- а) транспортные компании

- б) дистрибьюторы
- в) экскурсионные бюро
- г) средства размещения
- д) туроператоры
- е) турагентства

Инструкция к выполнению работы

На подготовку ответа отводиться 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»

2.2. Задания для контроля и оценки усвоения программы МДК.№2 Технология организации турагентской деятельности

Формы и процедура промежуточной аттестации знаний определяются Положением «О текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся».

Контрольная работа проводится в форме выполнения контрольных заданий предложенных студентам вариантов.

Промежуточная аттестация проводится в форме, предусмотренной планом учебного процесса: экзамена

2.2.1. Контрольная работа

Задание №1

1) Перечислить основные документы, необходимые для получения визы, дать полный перечень их характеристик на основании Законодательных актов:

а)

б)

в)

.....

2) Составить Агентский договор, как документ, предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя.

Задание №2

Выполните расчет стоимости тура по имеющимся данным:

Тур в Хорватию « Солнечная Адриатика»

Авиаперелет Москва-Пула-Москва – 29000р/чел

Страхование туристов – 169 руб/чел

Оформление визы- 6000 руб/чел

Проживание + питание(отель Belvedere 3*) – 6417 руб/чел/ сутки

Экскурсионное обслуживание – 3795 руб/чел/ весь тур

Аренда автобуса 23943 руб/за тур/ на группу

Прибыль турфирмы 10%

Рассчитайте стоимость тура 8 дней/ 7 ночей из Москвы на группу 40 человек. Чему равна стоимость тура для одного туриста?

Задание №3

По примерам определите исходные данные турпродукта: тип, вид туризма, дестинацию, целевой сегмент, цели тура, класс обслуживания:

- а) « Винный тур во Францию»
- б) « Петроглифы Сикачи-Аляна»
- в) « Золотые купола Хабаровска»
- г) « Все краски Японии»

Критерии оценивания:

5 (отлично)- работа выполнена полностью и правильно; сделаны правильные выводы;

4 (хорошо)- работа выполнена правильно с учетом 2-3 несущественных ошибок исправленных самостоятельно по требованию преподавателя

3 (удовлетворительно)- работа выполнена правильно не менее чем на половину или допущена существенная ошибка;

2(неудовлетворительно)- допущены две (и более) существенные ошибки в ходе работы, которые обучающийся не может исправить даже по требованию учителя или студент отказался от выполнения работы без предварительного объяснения уважительных причин

Список вопросов к экзамену

1. Договор о реализации турпродукта, содержание, особенности его заключения.
2. Документы, удостоверяющие личность гражданина РФ за пределами страны.
3. Составьте набор основных услуг инклюзив – тура, включив дополнительные услуги.
4. Существенные условия договора о реализации турпродукта.
5. Заграничный паспорт нового образца, характеристика, отличие от паспорта старого образца.
6. Оформление туристской путевки.
7. Условия изменения и расторжения договора о реализации турпродукта.
8. Права, обязанности и ответственность турфирмы в соответствии с договором о реализации турпродукта.
9. Перечень документов, необходимых для оформления загранпаспорта нового образца лицам, не достигшим совершеннолетия.
10. Права, обязанности и ответственность туриста.
11. Требования к оформлению загранпаспортов различных видов.
12. Причины временного ограничения в праве гражданина РФ на выезд из страны.
13. Может ли турист просить о внесении изменений в стандартный договор, предлагаемый туристской фирмой?
14. Памятка для туриста, значение, требования к ее содержанию.
15. Виза, понятие, виды, краткая характеристика.
16. Перечислите преимущества покупки пакета туристских услуг перед приобретением отдельных туристских услуг.
17. Туристская путевка, содержание, требования к ее оформлению.
18. Характеристика виз по срокам действия и по количеству раз въезда в страну временного пребывания.
19. Учет, хранение и уничтожение бланков строгой отчетности.
20. Характеристика виз по целям въезда.
21. Назовите алгоритм действий туриста, если во время пребывания за рубежом паспорт был утерян или украден.
22. Порядок оплаты туристских услуг.

23. Шенгенская виза, понятие, виды виз.
24. Виды питания в гостиницах и формы обслуживания туристов.
25. Перечень документов, необходимых для получения Шенгенской визы.
26. Международное регулирование туристской деятельности.
27. Подтвердительные документы в отношении цели поездки в страны Шенгенского соглашения.
28. Виды турагентской деятельности и функции турагента.
280. Туристский продукт, структура, виды, потребительские свойства.
29. Причины отказа в получении Шенгенской визы.
30. Тур, понятие, структура, виды, характеристика.
314. Договор медицинского страхования для лиц, ходатайствующих в получении Шенгенской визы.
31. Турпакет, структура, характеристика. Заказной тур.
32. Визовый сбор, перечень лиц, освобождаемых от уплаты визового сбора.
33. Инклюзив-тур, понятие, краткая характеристика.
34. Страны, входящие в зону Шенгенского соглашения.
35. Структура туристского рынка.
36. Процедура оформления визы
37. Особенности оформления виз в некоторые страны.
38. Туристская услуга, понятие, свойства и краткая характеристика.
39. Этапы проведения рекламной кампании турфирмы.
40. Выставочная деятельность турфирмы.
41. Туроператор и турагент, понятие, основные различия.
42. Требования, предъявляемые к рекламе со стороны российского законодательства.
43. Требования к информации о турпродукте
44. Порядок приема денежных средств за оплату туристской путевки.
45. Создание условий хранения документов строгой отчетности в турфирме.
46. Требования к туристскому маршруту при разработке нового турпродукта.
47. Особенности разработки ценовой стратегии турпродукта.

Экзаменационные билеты

Экзаменационный билет № 1

1. . Международное регулирование туристской деятельности
2. Договор о реализации турпродукта, содержание, особенности его заключения.

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 2

1. . Виды турагентской деятельности и функции турагента.
2. Оформление туристской путевки

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 3

1. Права, обязанности и ответственность турфирмы в соответствии с договором о реализации турпродукта.
2. Составьте набор основных услуг инклюзив – тура, включив дополнительные услуги.

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 4

- 1 Права, обязанности и ответственность туриста
2. Перечень документов, необходимых для оформления загранпаспорта нового образца лицам, не достигшим совершеннолетия.

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 5

1. Документы, удостоверяющие личность гражданина РФ за пределами страны.
2. . Туристская путевка, содержание, требования к ее оформлению

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 6

1. Памятка для туриста, значение, требования к ее содержанию.
2. Перечислите преимущества покупки пакета туристских услуг перед приобретением отдельных туристских услуг

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 7

1. Виза, понятие, виды, краткая характеристика
2. Учет, хранение и уничтожение бланков строгой отчетности

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 8

1. Порядок оплаты туристских услуг
2. Назовите алгоритм действий туриста, если во время пребывания за рубежом паспорт был утерян или украден.

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 9

1. Виды питания в гостиницах и формы обслуживания туристов.
2. Требования к оформлению загранпаспортов различных видов

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 10

1. Тур, понятие, структура, виды, характеристика
2. Характеристика виз по срокам действия и по количеству раз въезда в страну временного пребывания

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 11

1. Туроператор и турагент, понятие, основные различия.
2. Особенности оформления виз в некоторые страны.

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 12

1. Визовый сбор, перечень лиц, освобождаемых от уплаты визового сбора.
2. Подтвердительные документы в отношении цели поездки в страны Шенгенского соглашения.

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 13

1. Инклюзив - тур, понятие, краткая характеристика
2. Порядок приема денежных средств за оплату туристской путевки.

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 14

1. Структура туристского рынка.
2. Требования к информации о турпродукте

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Экзаменационный билет № 15

1. Особенности разработки ценовой стратегии турпродукта.
2. Договор медицинского страхования для лиц, ходатайствующих в получении Шенгенской визы.

Преподаватель: _____ Чистякова А.А.

Критерии оценки

«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

2.3 Контроль приобретения практического опыта

Требования к практическому опыту и коды формируемых профессиональных компетенций	Коды и наименование 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
Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации	ПК 1.1 ОК 4	Проводит анализ рынка потребителя, учитывает мотивацию клиентов к покупке туров	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Информировать потребителя о туристских продуктах	ПК 1.2. ОК 5	Умеет построить коммуникации с клиентом, информирует о турах	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта	ПК 1.3 ОК 5	Грамотно строит отношения с туроператорами по продвижению турпродукта	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	ПК 1.4 ОК 5	Владеет методикой расчета стоимости турпродукта	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия
Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы).	ПК 1.5 ОК 5	Оформляет документы строгой отчетности в соответствии с нормативной документацией	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия

Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	ПК 1.6 ОК 6	Владеет навыком оформления виз	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия.
. Оформлять документы строгой отчетности	ПК 1.7 ОК 3	Оформляет документы строгой отчетности, готовит архивные папки	Аттестационный лист практики. Характеристика руководителя практики от предприятия

3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Основные источники:

1. Виноградова Т.В. Технологии продаж турпродукта: учебник для студентов, обуч. по направл. "Туризм" / Т. В. Виноградова. - 3-е изд., испр. - М. : Академия, 2015. - 240 с.

2. Ильина, Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности / Е.Н. Ильина; Российская международная академия туризма. – 2-е изд., доп. и перераб. – Москва: Финансы и статистика, 2017. – 241 с.

3. Основы туризма: учебник / коллектив авторов под ред. Е.Л. Писаревского. –М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.

4. Чудновский А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие / А.Д. Чудновский, – М.: Федеральное агентство по туризму, 2016, – 304 с.

Дополнительные источники:

5. О Федеральном агентстве по туризму и Федеральном агентстве по физической культуре и спорту: Указ Президента РФ от 18.11.2004 г. № 1453

6. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон РФ от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ

7. 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