



УТВЕРЖДЕНО:

Ученым советом высшей школы
бизнеса, менеджмента и права
Протокол № 11 от «20» 12.2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

***Б1.В.7 ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНОЛОГИИ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ***

основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы

магистратуры по направлению подготовки: *38.04.02 «Менеджмент»*

направленность (профиль): Управление проектами в МСЭ индустрии

Квалификация: *магистр*

Год начала подготовки 2025

Разработчик:

Должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Доцент высшей школы туризма и гостеприимства</i>	<i>к.с.н. доцент Масленникова Е.Г.</i>

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

Должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>Директор</i>	<i>Д.э.н., доцент Виноградова М.В.</i>

1. Аннотация рабочей программы дисциплины (модуля)

Дисциплина Б1.В.7 «Организация и технологии туроператорской деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент» (Магистерская программа «Управление проектами в МICE индустрии»)

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и компетенциях полученных при изучении дисциплин: «Организация конгрессно-выставочной деятельности», «Событийная индустрия», «Обеспечение безопасности МICE мероприятий».

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций выпускника:

ПК-3. Способен разрабатывать проекты МICE продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью

ПК-3.1. Формирует продукт МICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов МICE продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения

В рамках дисциплины изучается круг вопросов, связанных с:

- теоретико-методологическими основами современной системы государственного регулирования туроператорской деятельности;
- технологиями формирования турпродукта МICE индустрии с учетом специальных требований потребителя;
- изучением методов обеспечения качества туристского продукта.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

На заочной форме обучения преподавание дисциплины ведется на 1 курсе во 2 семестре и на 2-м курсе в 3-м семестре и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов. Во 2 семестре: занятия лекционного типа – 2 часа, занятия семинарского типа – 6 часов, самостоятельная работа студента - 28 часов (1 зачетная единица). В 3 семестре : занятия лекционного типа – 6 часов, занятия семинарского типа – 12 часов, самостоятельная работа обучающихся – 122 часа, консультации 2 часа, промежуточная аттестация в форме экзамена – 2 часа (4 зачетные единицы).

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестов и индивидуальных заданий, промежуточная аттестация в форме: экзамена (тестирование).

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Продюсирование МICE мероприятий», прохождения практик и подготовке к ГИА.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1	ПК-3	Способен разрабатывать проекты МICE продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью

		ПК-3.1. Формирует продукт МІСЕ индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов МІСЕ продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения
--	--	---

3. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Организация и технологии туроператорской деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений программы по направлению магистерской подготовки 38.04.02 «Менеджмент».

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и компетенциях полученных при изучении дисциплин: «Организация конгрессно-выставочной деятельности», «Событийная индустрия», «Обеспечение безопасности МІСЕ мероприятий».

Дисциплина изучается в тесной связи с дисциплиной «Разработка креативных и эффективных концепций корпоративных мероприятий»

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин: «Продюсирование МІСЕ мероприятий», прохождения практик и подготовке к ГИА.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц/150 академических часа.

Для заочной формы обучения

№ п/п	Виды учебной деятельности	Всего	Семестры			
			1	2	3	4
1	Контактная работа обучающихся с преподавателем	26		8	18	-
	в том числе:	-	-	-	-	-
1.1	Занятия лекционного типа	8		2	6	-
1.2	Занятия семинарского типа, в том числе:	18	-	6	12	-
	<i>Практическая подготовка</i>	-	-			
	Семинары	-	-	-		
	Лабораторные работы	-	-	-	-	-
	Практические занятия	-	-	-	-	-
1.3	Консультации	2	-	-	2	-
1.4	Форма промежуточной аттестации (экзамен)	2	-	-	2	-
2	Самостоятельная работа обучающихся	150	-	28	122	-
3	Общая трудоемкость час з.е.	180	-	36	144	-
		5	-	1	4	-

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 4
--	---	-------------------------------

5.1 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

для заочной формы обучения

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Лекции, акад. часов	Форма проведения лекции	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРС, акад. часов	Форма проведения СРС
	1. Теоретико-методологические основы современной системы государственного регулирования туроператорской деятельности	Тема 1.1. Нормативно-правовые основы государственного регулирования туроператорской деятельности	2	Вводная лекция.							7	Ознакомление с литературой по дисциплине на сайте ЭБС znanium.com. Составление терминологического словаря
		Тема 1.2. Организационные основы деятельности туроператорской компании					2	Семинар-собеседование			7	Работа с литературой и Интернет-ресурсами
		Тема 1.3. MICE индустрия как отдельное направление в современной инвент-индустрии по организации и проведению деловых и корпоративных мероприятий разного уровня.					2	Семинар –собеседование. Разбор кейсов			7	Работа с литературой и Интернет-ресурсами
		1.4. Основные потребители MICE индустрии и их потребности в организации					2	Семинар-собеседование. Разбор кейсов			7	Работа с литературой и Интернет-ресурсами

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 5

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения							
			Лекции, акад. часов	Форма проведения лекции	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации
			СРС, акад. часов	Форма проведения СРС						
		MICE продуктов								
Окончание 2 семестра Контрольная точка.1 Тестирование.										
2. Технологии формирования турпродукта MICE индустрии с учетом специальных требований потребителей	Тема 2.1.	Изучение основных поставщиков в системе MICE индустрии	2	Лекция-презентация.			4	Семинар-собеседование.		
	30, 5									Проработка учебного материала.
	Тема 2.2.	Технологии проектирования MICE продуктов с учетом специальных требований потребителей. Методы выявления индивидуальных потребностей потребителей MICE индустрии	2	Лекция-презентация.			4	Выполнение и защита индивидуальных/ групповых проектов «Разработка MICE продукта с учетом потребностей определенного потребителя»		
	30, 5									Работа с литературой и Интернет-ресурсами. Подготовка к защите индивидуальных и групповых проектов
Контрольная точка 2. Тестирование. Контрольная точка 3. Выполнение индивидуального / группового проекта										
3. Методы обеспечения качества туристского продукта	Тема 3.1.	Качество услуг в туристском бизнесе. Системы обеспечения качества туристского	2	Лекция-презентация.			2	Семинар-собеседование. Разбор кейсов		
	30, 5									Работа с литературой и Интернет-ресурсами

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 6

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения									
			Лекции, акад. часов	Форма проведения лекции	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практического занятия	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. часов	Форма проведения консультации	СРС, акад. часов	Форма проведения СРС
		продукта.										
		Тема 3.2. Корпоративные стандарты качества туристского обслуживания в MICE индустрии					2	Семинар-собеседование			30, 5	Работа с литературой и Интернет-ресурсами
	Контрольная точка 4. Тестирование											
		Промежуточная аттестация (экзамен) – 2 часа										

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 7

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине «Организация и технологии туроператорской деятельности» обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч. (очная форма обучения/заочная форма обучения)	Учебно-методическое обеспечение
1.	Тема 1.1. Нормативно-правовые основы государственного регулирования туроператорской деятельности (7ч)	1. Основная литература 1. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция система Консультант +) https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
2.	Тема 1.2. Организационные основы деятельности туроператорской компании (7ч)	2. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма : учебное пособие / А.Ю. Баранова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 180 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1677. - ISBN 978-5-16-004452-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1679517
3.	Тема 1.3. MICE индустрия как отдельное направление в современной ивент-индустрии по организации и проведению деловых и корпоративных мероприятий разного уровня. (7ч)	3. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-014026-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1855507
4.	Тема 1.4. Основные потребители MICE индустрии и их потребности в организации MICE продуктов (7ч)	4. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления: учеб. пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, Ю.М. Белозерова, Е.Н. Кнышова. - М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2019. - 400 с. - ISBN 978-5-8199-0787-0. - Режим доступа: https://znanium.com/catalog/product/960133
5.	Тема 2.1. Изучение основных поставщиков в системе MICE индустрии (30,5 ч)	5. Киреева, Ю. А. Виды туризма : учебное пособие / Ю. А. Киреева. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 324 с. - ISBN 978-5-4499-2942-6. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2140882
6.	Тема 2.2. Технологии проектирования MICE продуктов с учетом специальных требований потребителей. Методы выявления индивидуальных потребностей потребителей MICE индустрии (30,5 ч)	6. Туроператорская и турагентская деятельность : практическое пособие / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 232 с. - ISBN 978-5-4499-3378-2. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2144487
7.	Тема 3.1. Качество услуг в туристском бизнесе. Системы обеспечения качества туристского продукта. (30,5 ч)	7. Орловская, В.П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В.П. Орловская; под ред. Е.И. Богданова. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 176 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1904786
8.	Тема 3.2. Корпоративные стандарты качества туристского обслуживания в MICE индустрии (30,5 ч)	2. Дополнительная литература 8. Большаник, П.В. Менеджмент в туристских организациях: учебное пособие / П.В. Большаник. - Москва: ИНФРА-М, 2022. - 193 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). DOI 10.12737/textbook_5a97eb45e68fc2.10836291. - ISBN 978-5-16-013170-2. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1855503 9. Зайцева, Н.А. Менеджмент в сервисе и туризме: учебное пособие / Н.А. Зайцева. - 3-е изд., доп. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 366 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016114-3. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1904786

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 8</i>
---	---	---

		https://znanium.com/catalog/product/1903789 10. Колесова, Ю. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие / Ю.А. Колесова. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2024. — 352 с. - ISBN 978-5-906818-65-2
	Итого: 150 часов	

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ п/п	Индекс компете нции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий этапы формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:			
				знать	уметь	владеть	
1.	ПК-3	Способен разрабатывать проекты MICE продуктов и мероприятий и управлять их эффективностью					
		ПК-3.1. Формирует продукт MICE индустрии с учетом индивидуальных и государственных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов MICE продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения	1. Теоретико-методологические основы современной системы туроператорской деятельности 2. Технологии формирования турпродукта MICE индустрии с учетом специальных требований потребителя 3. Методы обеспечения качества туристского продукта	Технологии формирования туристского продукта, методы выявления индивидуальных и специальных требований туриста	Формировать туристский продукт, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	Навыками формирования туристского продукта, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
Знание технологии формирования туристского продукта, методы выявления индивидуальных и специальных требований туриста Умение формировать туристский продукт, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований туриста Владение навыками формирования туристского продукта, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	Тестирование Выполнение индивидуального задания	Студент продемонстрировал знание технологии формирования туристского продукта, методы выявления индивидуальных и специальных требований туриста Студент демонстрирует умение формировать туристский продукт, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований туриста Студент продемонстрировал владение навыками формирования туристского продукта, в том числе с учетом индивидуальных и специальных требований туриста	Закрепление способности формирования продукта MICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организации его продажи, контроля процесса и сроков реализации проектов MICE и мероприятий, осуществление оперативного регулирования хода их исполнения

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Контрольная точка 1. Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Контрольная точка 2. Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 11
--	---	--------------------------------

	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Контрольная точка 3 Средство оценивания – презентация индивидуального задания

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при презентации индивидуального задания

Критерии оценивания	баллы
Тема индивидуального задания раскрыта, сделаны нужные акценты, точно использован понятийный аппарат, корректно сформулирована цель и задачи индивидуального задания, освещена методология сбора, анализа и оценки информации, приведено не менее 4 аналоговых кейс-практик, обоснован вывод. Используются современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал раскрывает все ключевые позиции индивидуального задания. Студент смог аргументировано ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«5», если 4-5 баллов
Тема индивидуального задания раскрыта частично, приведено не менее 3 аналоговых кейс-практик, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме индивидуального задания, не сформулирована цель и задачи индивидуального задания, не полностью освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все ключевые позиции индивидуального задания. Студент смог аргументировано ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	«4», если 3 балла
Тема индивидуального задания раскрыта частично, приведено не менее 2 аналоговых кейс-практик, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме индивидуального задания, не сформулирована цель и задачи индивидуального задания, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал не полностью раскрывает все ключевые позиции индивидуального задания. Использована не актуальная информация. Студент смог аргументировано ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	«3», если 2 балла
Тема индивидуального задания не раскрыта, не приведены кейсы-практики, в содержании не выделены основные смысловые точки, не сформулирована авторская позиция по теме индивидуального задания, не сформулирована цель и задачи индивидуального задания, не освещена методология сбора, анализа и оценки информации. Иллюстративный (презентация) материал отсутствует. Использована устаревшая информация. Студент не смог аргументировано ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«2», если менее 2 баллов

Контрольная точка 4. Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 12</i>
--	---	---------------------------------------

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

Порядок, критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации определяется в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам магистратуры, реализуемым по федеральным государственным образовательным стандартам в ФГБОУ ВО «РГУТИС».

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Средство оценивания – тестирование

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при решении тестовых заданий

Критерии оценки	оценка
выполнено верно заданий	«5», если (90 – 100)% правильных ответов
	«4», если (70 – 89)% правильных ответов
	«3», если (50 – 69)% правильных ответов
	«2», если менее 50% правильных ответов

Средство оценивания – презентация индивидуального или группового проекта

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при коллоквиуме – презентации и взаимной оценке результатов индивидуальных и групповых проектов

Критерии оценивания	баллы
Представленный проект содержит аналитическую (анализ) и проектную (предложения) части, описаны основные положения, определен вклад каждого участника, показан состав работ, описана методология и организация проекта, аргументирован вывод, представлен комплекс предложений по совершенствованию гостиничной деятельности в части развития сервисной среды, в т.ч. с использованием передовых технологий. Использованы современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал раскрывает все ключевые позиции проекта. Студент (ы)смог (ли) аргументировано ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«5», если 30 – 35 баллов
Представленный проект содержит аналитическую (анализ) и проектную (предложения) части, описаны основные положения, определен вклад каждого участника, показан состав работ, не описана методология и организация проекта, аргументирован вывод, не обоснован комплекс предложений по совершенствованию гостиничной деятельности в части развития сервисной среды. Не использованы современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал не раскрывает все ключевые позиции проекта. Студент (ы)смог (ли) аргументировано ответить на часть вопросов преподавателя и других учащихся.	«4», если 22 – 29 баллов
Представленный проект содержит аналитическую (анализ) часть, описаны основные положения, определен вклад каждого участника, частично показан состав работ, не описана методология и организация проекта, аргументирован вывод, не представлен комплекс предложений по совершенствованию гостиничной деятельности в части	«3», если 16 – 21 балл

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 13

развития сервисной среды. Не использованы современные методы обработки и представления данных. Иллюстративный (презентация) материал не раскрывает все ключевые позиции проекта. Студент (ы) не смог (ли) аргументировано ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	
В представленном проекте отсутствует описание методологии и организации, не представлена программа исследования. Студент (ы) не смог (ли) аргументировано ответить на вопросы преподавателя и других учащихся.	«2», если менее 15 баллов

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
	1. Теоретико-методологические основы современной системы государственного регулирования туроператорской деятельности	Тестирование.	Установленное количество баллов выставляется за 50% правильных ответов. Срок сдачи соответствует окончанию изучения 1 раздела.
	2. Технологии формирования турпродукта MICE индустрии с учетом специальных требований потребителя	Тестирование Индивидуальный / групповой проект	Установленное количество баллов выставляется за 50% правильных ответов. Срок сдачи соответствует окончанию изучения 2 раздела. Оформление текста практического задания № 1, в объеме не менее 15 м/п страниц, выполняется на компьютере с использованием текстового редактора «Microsoft Word». Текст следует набирать через полуторный межстрочный интервал; размер кегля – 14, шрифт – Times New Roman; размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм и верхнее – 20 мм. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляется в середине нижней части листа. Титульный лист, содержание и список

Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
			использованных источников (не менее 5 за последние 3 года) включаются в общую нумерацию страниц. К тексту задания студент готовит доклад на 2 страницы (10-15 минут) и презентацию (от 10 до 12 слайдов) в программе PowerPoint. Срок сдачи соответствует окончанию изучения раздела 2 раздела.
	3. Методы обеспечения качества туристского продукта	Тестирование.	Установленное количество баллов выставляется за 50% правильных ответов. Срок сдачи соответствует окончанию изучения 3 раздела.

Проведение текущего контроля по разделу 1 «Теоретико-методологические основы современной системы государственного регулирования туроператорской деятельности» предполагает решение тестовых заданий на темы: «Нормативно-правовые основы государственного регулирования туроператорской деятельности», «Организационные основы деятельности туроператорской компании», «MICE индустрия как отдельное направление в современной ивент-индустрии по организации и проведению деловых и корпоративных мероприятий разного уровня.», Основные потребители MICE

индустрии и их потребности в организации MICE продуктов».

Задание 1. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика.	1) турист
Б) лицо, пересекающее границы тех или иных территорий со сменой постоянного места жительства навсегда или на более или менее длительное время.	2) экскурсант
В) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания;	3) мигрант
	4) иммигрант

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 2. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Туроператорская деятельность может осуществляться:

Выберите один ответ:

- 1) должностным лицом сферы туризма;
- 2) физическим лицом ;
- 3) индивидуальным предпринимателем;
- 4) юридическим лицом

Задание 3. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки

Приобретен тур в ЮАР, перелет, проживание, экскурсионные услуги. Туристы намеревались побывать в Кейптауне, полюбоваться миграцией китов, посетить сафари и водопад Виктория. Долгожданное путешествие омрачилось в тот самый момент, года за день до начала тура заболел один из туристов. Тур пришлось в спешном порядке аннулировать. Туроператор аннулировал что смог, отмена таких туров, особенно в такие критически короткие сроки невозможны без ФПР.

С туроператором на связь вышла дочь одного из туристов с просьбой возврата денежных средств на её счет (что противоречит договору). Туроператор отказал, попросив прислать заявление от непосредственных участников с указанными реквизитами. Ответ затягивался. Спустя время оказалось, что заболевший участник

тура, к сожалению, скончался. Возврат оформили на второго и вернули средства с учетом затрат.

В сторону туроператора был подан иск, с требованиями:

- Взыскать всю стоимость тура;
- Проценты за пользования денежными средствами;
- Компенсацию морального вреда;
- Штраф;

Каким образом можно доказать о понесенных расходах туроператора и обосновать с точки зрения закона?

Задание 4. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы (расшифровка MICE) соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) корпоративные встречи. Это может быть встреча с партнёрами, клиентами, инвесторами или коллегами из других отделов.	1. Incentives
Б) тимбилдинги и мотивационные туры для сотрудников. Они направлены на отдых и развлечение и включают в себя различные активности: спортивные соревнования, экскурсии, культурные мероприятия и многое другое.	2. Conferences
В) деловые конференции, съезды, форумы, семинары. Конференции могут проходить как на национальном, так и на международном уровне	3. Exhibitions
Г) выставки для демонстрации продуктов и услуг компаний. Выставки привлекают большое количество потенциальных клиентов и партнёров	4. Meetings
	5. Visiting

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 5. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Схема каналов дистрибуции в туризме характерная для рынка туризма России:

- 1) индустрия туризма- туроператор- турагент- потребители
- 2) турфирма(туроператор+ турагент) -потребители
- 3) индустрия туризма- гостиница- туроператор- турагент – потребители
- 4) индустрия туризма- гостиница- туроператор- потребители

Задание 6. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) в ходе разработки, продвижения и реализации туристских продуктов, туроператор распространяет на рынке все возможные данные (отличительные черты туристского	1. Функция ценообразования туроператора
--	---

продукта, туристский потенциал курортов, традиции местного населения, процедуры оформления документов)	
Б). устанавливает учёт различных факторов, таких как затраты на производство, конкурентная среда, потребительский спрос, маркетинговые стратегии.	2.Функция продвижения туроператора
В) стремление любой туроператорской организации к выживанию в изменяющихся рыночных условиях, требующих мониторинга конъюнктуры туристского рынка и современной модификации существующего или создания принципиального нового туристского продукта	3.Информационная функция туроператора
Г) обеспечение денежных поступлений в бюджеты регионов и государства за счет налоговых сборов и валютных поступлений	4.Новаторская функция туроператора
Д) маркетинговая деятельность оператора прочим субъектам туристского рынка - цены, ассортимент туристских предложений, формы сотрудничества, внедрение новых технологий продаж и тд)	5.Бюджетообразующая функция туроператора
Е)способность прямо или косвенно определять принципы внешней политики стран, их приоритеты и курс мировой политической арене	6. Интегрирующая функция туроператора
	7.Функция туристского лобби

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6

Задание 7. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А).объединение понятий туризма выездного и въездного	1. туризм внутренний
Б). туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;	2.туризм выездной
В) туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации	3.туризм въездной
Г) туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;	4.международный туризм
Д) туризм для лиц с ОВЗ	

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 8. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или	1.Формирование туристского продукта
--	-------------------------------------

иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором	
Б) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (средства размещения, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие)	2.Реализация туристского продукта
В) комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое)	3.Продвижение туристского продукта
	4.Материальное обеспечение туристского продукта

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 9. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в последовательности по популярности ТОП 5 самых популярных направлений в деловом туризме:

- 1) Санкт-Петербург
- 2) Москва
- 3) Красноярск
- 4) Сочи
- 5) Казань

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину (виду event – события) правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) Их организуют для одной компании или сразу нескольких (компания становится одним из участников отраслевого ивента). В обоих случаях цель — представление продукта не только анонсируемого, но и уже вышедшего. Отраслевые выставки проводят чаще, так компании могут привлечь внимание большего количества потенциальных клиентов.	1.Ярмарки
Б) Этот вид ивента значит торжественное мероприятие в честь запуска чего-то нового (салон красоты, дилерский центр, булочная — любой другой проект).	2.Презентации
В) Это события, где производители выставляют товар на продажу. Часто сопровождается развлекательными мероприятиями.	3. Выставки
Г) В них входят все ивенты, которые предполагают участие представителей СМИ: пресс-туры, пресс-брифинги, пресс-конференции, пресс-ланчи, круглые столы. Основная цель —	4.Мастер-класс/тренинг/семинар

поделиться с журналистами важной информацией. В зависимости от выбранного формата ивента носит официальный или неформальный характер.	
Д) Мероприятие любого масштаба и тематики: частное, городское, спортивное. Ивенты стараются сделать зрелищными, эмоциональными и развлекательными.	5.Открытия
Е) События, где эксперты обучают участников определенной дисциплине.	6.Пресс - мероприятия
Ж) Наглядный демонстрационный материал используют, когда хотят представить новый товар или услугу.	7. Фестивали, концерты
З) На ивентах выступают известные люди, устраивают зрелищные номера.	8.Праздники

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6	7	8

Задание 11. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта называется:

1. Туристская услуга
2. Туристский продукт
3. Туристская индустрия
4. Туристский договор о реализации туристского продукта

Задание 12. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Совокупность средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, организаций, а также индивидуальных предпринимателей и физических лиц называется:

1. Туристские ресурсы
2. Туристская индустрия
3. Туристская инфраструктура
4. Туристская деятельность

Задание 13. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 20
--	---	--

Кол-во правильных ответов – 1

Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом называется:

1. Туроператорская деятельность
2. Турагентская деятельность
3. Смешанная форма туристской деятельности
4. Субагентская деятельность

Задание 14. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Тип средства размещения, в котором предоставляются гостиничные услуги и которое соответствует требованиям, установленным положением о классификации средств размещения, утвержденным Правительством Российской Федерации называется:

1. Система размещения
2. Средство размещения
3. Отель
4. Гостиница

Задание 15. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Регулирование, оказание госуслуг и правоприменение в сфере туризма и туристской деятельности, а также федеральный госконтроль, в частности, за туроператорами осуществляет:

1. Ростуризм (Федеральное агентство по туризму)
2. Министерство юстиции РФ
3. Министерство иностранных дел РФ
4. Министерство экономического развития РФ

Задание 16. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Потребители жалуются на уровень сервиса в Вашем турагентстве - неоднократно оставляли жалобы в книге отзывов и предложений, а также на Вашем фирменном сайте. В каждой из этих жалоб не было указано, какой конкретно сотрудник ведет себя не этично и грубо. С целью прояснить данную ситуацию, Вы организовали общее собрание менеджеров по продажам. Объявили тему собрания и попытались выяснить, кто и почему виноват в данной ситуации. Однако, ни один сотрудник не признался и ситуация осталась неразрешенной. Вы организовали для всех повторный тренинг на тему «Профессиональные и этические нормы и требования менеджера по продажам». В ходе тренинга сотрудников вновь были

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 21
--	---	--------------------------------

ознакомленные с основными положениями их должностной инструкции, был проведен мастер-класс по теме «Как выстроить эффективный диалог с потребителем», а также разыграны различные кейс-ситуации. Жалобы на некоторое время прекратились, но затем опять возобновились. Каковы профессиональные и этические компетенции менеджера по продажам турпродукта? Каким образом можно улучшить уровень сервиса личных продаж сотрудников?

Задание 17. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Туроператор «Мир вокруг нас», сотрудником которого вы являетесь, участвовало в национальной выставке. Вы представляли публике свой новый турпродукт - зимний курорт в Альпах. На выставке было много журналистов и потенциальных потребителей - Ваше предложение вызвало большой эмоциональный отклик и высокий уровень заинтересованности. Чтобы продлить этот эффект, руководство поручило Вам задание написать и отправить в журнал «Вокруг света» некоторые PR-материалы: кейс-история, занимательная статья. После издания Ваших материалов уровень спроса на данный турпродукт значительно вырос. Туристы по возвращению из поездки оставляют лишь положительные отзывы и особо оценивают высокий уровень сервиса как в самом агентстве, так и на протяжении всего путешествия. Почему турфирме важно участвовать в подобных мероприятиях? Назовите крупные выставочные мероприятия в сфере туризма в России.

Проведение текущего контроля по разделу 2 «Технологии формирования турпродукта МICE индустрии с учетом специальных требований потребителя» предполагает выполнение тестовых заданий и индивидуального задания.

Задание 1. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Калининград и Калининградская область — популярное место для МICE-туризма. Туроператор «Янтарная мозаика» организует корпоративный выезд – встречу на выходные дни для сотрудников IT – отдела безопасности данных Альфа-банка из Москвы. Туроператор организует все мероприятия, связанные с данной поездкой. Почему Калининград и Калининградскую область выбирают часто для проведения МICE мероприятий? Какие основные достопримечательности вы бы включили в обзорную экскурсию по городу Калининград?

Задание 2. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

В системе тимбилдинга в настоящее время очень популярные активные туры. Тимбилдинг или корпоратив на Камчатке — это всегда масштабное и запоминающееся мероприятие с элементами соревнований, активных игр на свежем воздухе и даже экстремальных видов спорта. В таком регионе России найдется место

и для коллективного похода, и для рафтинга, ведь его омывает несколько морей, а ещё здесь находится около 10 заповедников и природных парков. Но, пожалуй, самое главное — вулканы Камчатки. Их исследование проверяет на прочность не только всю команду, но и каждого сотрудника в отдельности. Напишите основные преимущества выездных МІСЕ приключений и программ. Разработайте экскурсию до 24 часов для одного из дней для подобного тура.

Задание 3. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Туристская индустрия очень изменчива. Меняется её структура и характер, приходят новые направления и виды туризма. Потребности туристов растут каждый день, они хотят чего-то нового и необычного.

Многие люди являются ценителями кулинарного искусства. Конечно, различные национальные блюда можно попробовать в ресторанах и кафе национальных кухонь, не покидая пределы своего города, но чтобы по-настоящему окунуться в гастрономическую культуру и оценить по достоинству изысканные блюда, туристическая индустрия разработала, так называемые гастрономические туры.

В рамках деловых программ, гастрономические туры пользуются особой популярностью, а также у определенного потребителя, такие как повара, кондитеры, сомелье и тд.

Одним из популярных мест посещения с данными целями является Республика Татарстан и ее столица город Казань. Разработайте 3 дневный тур на 10 человек и запишите ваши расчеты в следующую таблицу.

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	%	В стоимостном выражении (в рублях)	
		на одного человека	на группу 10 человек
Транспортное обслуживание и трансфер			
Проживание (завтрак входит в стоимость)			
Питание (рассчитаны обеды и ужины по программе)			
Экскурсионное обслуживание + гид			
Страхование			
Прямые расходы			
Косвенные расходы			
Себестоимость туристского продукта			
Прибыль			
Стоимость (цена) туристской путевки			

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 23
--	---	--------------------------------

Задание 4 Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки

Выделяют 3 основных вида ценовой стратегии, которые могут быть применены в туристской организацией:

- 1 «Проникновение на рынок» – максимально возможные низкие цены.
- 2 «Удержание рынка» – корректирующиеся (изменяющиеся) цены в зависимости от цен конкурентов.
- 3 «Снятие сливок» – максимально возможные высокие цены.

Какая еще стратегия применяется в туристском бизнесе для достижения преимуществ по отношению к конкурентам по качеству турпродукта или по затратам на создание продукта?

Задание 5. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в правильной последовательности основные этапы формирования туристского продукта:

1. Установление технических требования
2. Определение методов контроля качества
3. Составление моделей туристских услуг
4. Утверждение документов
5. Разработка технических требований

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--

Задание 6 Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в правильной последовательности основные этапы проектирования программы обслуживания туристов и программы путешествия:

1. определение видов и количества транспортных средств, используемых для перевозки туристов;
2. разработку перечня туристских походов, прогулок, комплекса услуг по организации досуга;
3. определение потребности в экскурсоводах (гидах), гидах-переводчиках, инструкторах-проводниках, сопровождающих лицах и в другом обслуживающем персонале с необходимым уровнем подготовки и квалификации;
4. установление минимального и максимального количества туристов, участвующих в путешествии (численность группы);
5. разработку форм и видов рекламных, информационных и картографических материалов, описаний путешествия, памятки и др..
6. разработку маршрута путешествия;
7. формирование перечня экскурсий с указанием посещаемых объектов;

8. формирование списка соисполнителей туристских услуг, включая средства размещения, предприятия питания, транспортные компании и организации, оказывающие дополнительные услуги;
9. определение продолжительности пребывания туристов в каждом пункте маршрута;
10. установление периода времени/продолжительности отдельных услуг исполнителем.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Задание 7. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) это маршрут, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, при этом турист совершает путешествия в другие пункты пребывания и возвращается в пункт начала путешествия.	1. Линейный маршрут
Б) это маршрут, начало и окончание которого происходят в разных географических пунктах. Цель такого маршрута — дойти из точки «А» в точку «Б»	2. Радиальный маршрут
В) это маршрут, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, но при этом путь возвращения отличается от пути начала маршрута.	3. Кольцевой маршрут
	4. Комбинированный маршрут

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 8. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Какая форма авиационного транспорта предполагает фрахтование всей вместимости или части воздушных судов?

- 1) регулярный рейс;
- 2) нерегулярный рейс;
- 3) vip-рейс;
- 4) чартерный рейс.

Задание 9. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 25</i>
--	---	---------------------------------------

Какая форма путешествий не входит в речные и морские массовые туристические маршруты?

- 1) круизы;
- 2) яхтинг;
- 3) чартерные рейсы;
- 4) экскурсионные рейсы.

Задание 10. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

В нормативно-правовой базе «туристский маршрут»– это:

- 1) географически определенное место концентрации наиболее ценных туристских ресурсов, а также объектов туристского интереса, выделяемое в составе туристского региона;
- 2) территория, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха или оздоровления;
- 3) трасса передвижения туристов в течении определенного периода времени с использованием разного вида транспорта;
- 4) путь следования туристов (экскурсантов), включающий в себя посещение и (или) использование туристских ресурсов;
- 5) заранее спланированная трасса передвижения туристов в течении определенного периода времени с целью получения туристско-экскурсионных услуг.

Задание 11. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Какие свойства территории способствуют снижению ее туристского потенциала?

- 1) репеллентные;
- 2) рекреационные;
- 3) аттрактивные;
- 4) утилитарные.

Задание 12. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Выберите из предложенных определений то, которое относится к понятию «аттрактивность»:

- 1) свойство, свидетельствующее о безопасности использования туристских ресурсов для окружающей среды;
- 2) основное системное свойство туристских ресурсов, природных и культурно-исторических объектов, свидетельствующее об их туристской ценности и привлекательности;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 26
---	--	--

3) системное свойство туристских ресурсов, характеризующее высокую степень их вовлеченности в эксплуатацию;

4) основное свойство туристских ресурсов, отражающее их малопривлекательность для туристов.

Задание 13. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

По функциональному признаку туристские ресурсы делятся на:

- 1) природные, культурно-исторические, социально-экономические;
- 2) непосредственные и косвенные;
- 3) интенсивно и экстенсивно используемые;
- 4) оздоровительные, познавательные и спортивные.

Задание 14. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) расчет стоимости тура	1. Договорная
Б) реализация туристского продукта на рынке	2. Калькулятивная
В) заключение договорных отношений с поставщиками туристских услуг	3. Реализационная
	4. Информационная

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 15. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Доход туроператора складывается из:

- 1) прибыли от отдельных субъектов инфраструктуры рынка туризма
- 2) прибыли гостиницы и транспортных организаций
- 3) комиссионного вознаграждения
- 4) маржинальной разницы между стоимостью реализованных туристских услуг и понесенных затратах туроператора

Задание 16. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение в рамках маркетинговых методов анализа непосредственных потребителей туристских продуктов, представленное в левой графе таблицы.

А) позволяет исследовать рыночную ситуацию, рассматривая ее как объект, имеющий разное проявление.	1. Системный анализ
--	---------------------

Б) позволяет достаточно быстро получить ответ о возможных процессах развития того или иного события на рынке, выявить сильные и слабые стороны предприятия, оценить эффективность тех или иных маркетинговых мероприятий	2.Комплексный подход
В)позволяет рассматривать любую рыночную ситуацию как некий объект для изучения с большим диапазоном внутренних и внешних причинно-следственных связей.	3.Экономические модели
Г)дают возможность с учетом действующих факторов емкости рынка определить наиболее рациональные стратегии маркетинга и возможные шаги конкурентов, оценить оптимальные затраты для получения необходимого размера прибыли.	4.Метод экспертных оценок

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 17. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в правильной последовательности основные этапы планирования сегментации и выбора целевого сегмента рынка.:

1. Анализ сходства и различий потребителей
2. Определение места предложения компании на рынке относительно конкуренции.
3. Определение характеристик и требований потребителей в отношении типа товаров или услуг, которые предлагает компания.
4. Выбор потребительского сегмента или сегментов.
5. Создание соответствующего плана маркетинга
6. Разработка профилей групп потребителей

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--	--

Задание 18. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы (виды турагентств) соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А)Связаны обязательством продавать туры определённого туроператора на конкретном направлении работы.	1.Независимые агентства
Б) Основаны на том, что туроператор инвестирует агента, даёт ему возможность пользоваться его торговой маркой, имиджем, при этом требуя взамен реализации определённого количества туров. При этом агентства такого типа могут параллельно продавать туры и других операторов	2.Частично зависимые агентства
В)Продают туры любого туроператора по собственному выбору	3.Уполномоченные агентства
Г)Предлагают туры только конкретного туроператора и являются региональными представителями оператора на рынках	4.Ритейлинговые агентства

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 28
--	---	--------------------------------

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 19. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы (некоторые виды гостиниц для делового туризма) соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) Нацелены на работу с определённой клиентурой — деловыми людьми. Располагаются в центрах деловой активности, в местах с развитой транспортной инфраструктурой и связью с аэропортами, морскими портами, вокзалами, в районе сосредоточения выставочных центров, галерей, бизнес-центров. В номерах есть оргтехника и связь, а также конференц-залы и специализированные помещения для ведения бизнеса.	1. Бизнес-отели
Б) Предполагают высокий уровень сервиса, выдающийся стиль и дизайн. Часто местом для отеля становится помещение, изначально не предназначенное для проживания — замок, заброшенная фабрика, старинная усадьба	2. Отели-курорты (resort-отели)
В) представляют собой замкнутую систему для спокойного отдыха. На территории курорт-отеля имеется всё необходимое — спортивные площадки, бассейн, сеть ресторанов, СПА-салоны и фитнес-центры, собственный пляж	3. Бутик-отели.

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Практическое задание по разделу 2.

Индивидуальный или групповой проект на тему: «Разработка делового тура для компании (компания по выбору студента)» Студент может выбрать любое направление МІСЕ.

С учетом специализации туристского региона, разработать туристский продукт в рамках делового туризма. Предпочтительно выбрать ведущие города в рамках МІСЕ туризма (Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Красноярск, Калининград, Екатеринбург, Казань, Владивосток, Хабаровск, Петрозаводск и др).

Представить обоснование тура, основного потребителя турпродукта, основных поставщиков тура, основные достопримечательности в туре, далее программу обслуживания туристов с таймингом по дням, калькуляцию стоимости тура.

Работа сдается в письменном виде. Оформление текста практического задания №1 в объеме не менее 15 м/п страниц, выполняется на компьютере с использованием текстового редактора «Microsoft Word». Текст следует набирать через полуторный межстрочный интервал; размер кегля – 14, шрифт – Times New Roman; размеры полей: левое – 30 мм, правое – 10 мм, нижнее – 20 мм и верхнее – 20 мм. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту. Номер страницы проставляется в середине нижней части листа. Титульный лист, содержание и

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 29
--	---	--------------------------------

список использованных источников (не менее 5 за последние 3 года) включаются в общую нумерацию страниц. К тексту задания студент готовит доклад на 2 страницы (10-15 минут) и презентацию (от 10 до 12 слайдов) в программе PowerPoint.

Срок сдачи соответствует окончанию изучения раздела 2.

Проведение текущего контроля по разделу 3 «Методы обеспечения качества туристского продукта» предполагает выполнение практических заданий.

Задание 1. *Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.*

Вы опытный менеджер по продаже турпродукта, неоднократно становились лучшим сотрудником месяца. Уровень Ваших продаж один из самых высоких в офисе. Потребители всегда оставляют положительные отзывы о Вашей работе. Ваше турагентство продает деловые/экскурсионные/оздоровительные туры. В данный момент Вы работаете с потребителем и видите, что он колеблется, не решается на покупку. Необходимо мягко, но уверенно склонить его к положительному результату. Охарактеризуйте технологию личных продаж и продвижения тура, а также, как подвести покупателя к приобретению турпродукта?

Задание 2. *Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.*

Ваше турагентство давно взаимодействует с ведущим туроператором России. Вы всегда показывали высокие результаты деятельности, и данный туроператор повторно перезаключал с вами договор о сотрудничестве. Однако, в течение последнего полугодия, показатели Вашей прибыли значительно упали. Туроператор посчитал, что это возможно произошло из-за ухода из агентства нескольких опытных сотрудников и появления новых, а также в связи с появлением в Вашем городе новых турфирм, которые намеренно занижают цены на свои турпродукты. Как можно исправить данную ситуацию?

Задание 3. *Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.*

Туроператор «Путешествия» открывает новое направление - туры в Австралию. В тур включено: перелет с Москвы до Сиднея с пересадкой в Гонконге, экскурсии в заповедники острова Тасмания, ужин под открытым небом в пустыне красных песков, дайвинг на Большом Барьерном Рифе, серфинг в пустыне, обзорные экскурсии по Сиднею, посещение оперного театра. Объясните, с чем связаны особенности данного тура? Почему количество потребителей будет ограничено?

Задание 4. *Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.*

Основными функциями менеджмента в туризме являются:

- 1) систематизация, прогнозирование;
- 2) мотивация, контроль, ценообразование;
- 3) планирование, организация, стимулирование;

4) планирование, организация, мотивация, контроль.

Задание 5. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Методика проведения туристского маршрута – это

- 1) совокупность приемов по продаже туристского продукта
- 2) совокупность приемов, составляющих основу работы директора туристской организации
- 3) совокупность приемов, составляющих основу работы менеджера туристской фирмы
- 4) совокупность приемов, составляющих основу работы руководителя маршрута во время проведения туристского мероприятия

Задание 6. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину параметров качества туристской услуги в правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) Время обслуживания (часы работы фирмы, предоставляющей услугу), скорость обслуживания (продолжительность оказания услуги), местоположение фирмы, предоставляющей услугу.	1. Техническое качество
Б) Уважение к местной культуре и традициям, охрана природных ресурсов и туристических объектов	2. Функциональное качество
В) Параметры физической среды, в которой происходит обслуживание: помещение (мебель), техническое оснащение, форменная одежда (внешний вид) персонала.	3. Квалификация профессионала
Г) Компетенция (наличие профессиональных знаний, умений и навыков, необходимых для оказания конкретной услуги), коммуникабельность (способность к общению с клиентом), взаимопонимание (способность разговаривать в манере клиента), вежливость (поведение контактирующего персонала).	4. Доступность
Д) Наличие патентно-правовых документов на туристические услуги, обеспечение безопасности тура, соответствие условий обслуживания требованиям и категориям средств размещения уровню комфортности	5. Характеристика материального обеспечения
Е) Достижение цели путешествия, уровень обслуживания в средствах размещения, степень комфорта и безопасности тура, качество питания и культура ресторанного обслуживания, организация экскурсий и транспортного обслуживания на маршруте.	6. Этическая ценность
Ж) Показатель, который учитывает платёжеспособность целевых групп потребителей и экономическую эффективность туристического продукта.	7. Общественно необходимая стоимость

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6	7

Задание 7 Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите

его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Управление туристской фирмы зачастую пользуется методом исследования:

- 1) хоум-тест
- 2) ролиговый опроса
- 3) тайный покупатель
- 4) тест Брейди

Ответ: в

Задание 8. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

В сфере туризма, для улучшения качества обслуживания туристов, проводятся комплексные опросы сотрудников туристских предприятий. Комплексные опросы сотрудников, проводимые с периодичностью, называются:

- 1) хоум-тестом
- 2) омнибусом
- 3) аудитом
- 4) тайным покупателем

Задание 9. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Какие существуют подходы к сегментации туристского рынка?

- 1) продуктовый и рыночный;
- 2) рыночный;
- 3) межотраслевой;
- 4) балансово-экономический

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите под цели тура, представленные в правой части таблицы, потребности сегмента, представленные в левой части таблицы:

А) перечень лечебных процедур и методик; минимальная длительность заездов; широкий ассортимент санаториев и условий проживания в них	1.Отдых
Б) предложение интересного маршрута; качественные экскурсионные программы; соответствующая по интересам группа и компетентный сопровождающий; отзывчивость и понятливость персонала	2.Лечение
В) широкий ассортимент отелей для отдыха; организация досуга; качественное питание широкий выбор экскурсионных программ	3.Событийное направление
Г) интересные с точки зрения знакомства с дикой природой индивидуальные или мини-групповые маршруты; уникальность дикой природы предлагаемых направлений	4.Шопинг

Д) значение события и подогреваемый СМИ интерес к нему; посещения места проведения события	5.Полномничество
Е) индивидуальные поездки; условия для бизнеса во время поездок; месторасположение предлагаемых отелей	6.Эко-направление
Ж) маршрут поездки и условия перевозки грузов; возможности оперативной покупки товаров; льготы при таможенном оформлении грузов	7.Деловое направление

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6	7

Задание 11. Прочитайте текст и установите последовательность

Расположите в правильной последовательности цифры с соответствующими этапами формирования корпоративной культуры в туризме:

1. создаются и сформировываются традиции организации, а также ее символика;
2. создаются и формулируются стандарты поведения сотрудников в организации;
3. определение миссии компании, ее ценностные направления, ее внутренняя мораль и философия, определение основных базовых ценностей.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--

Задание 12. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите расшифровки (в левой части таблицы) этапов разработки и внедрения стандартов обслуживания в деятельность предприятий сферы сервиса и туризма с наименованием данных этапов (в правой части таблицы).

А)-Организация внешнего и внутреннего контроля реализации стандартов обслуживания	1.Подготовительно-аналитический этап
Б) - информирование сотрудников о введении стандартов в деятельность организации; - разъяснение целей и организационных изменений, которые связаны с введением стандартов; - ознакомление сотрудников с содержанием стандартов (знакомство с документами, -описывающими стандарты, а также проведение тренинга по исполнению стандартов).	2.Этап разработки стандартов
В) - определение ответственных членов рабочей группы за различные участки работы и стандартизацию отдельных должностей; - разработка стандартов в рабочей группе; - аудит, окончательная доработка и оформление стандарта, утверждение руководством организации	3.Этап внедрения стандартов
Г)- создание рабочей группы по разработке стандартов; - определение конкурентных преимуществ; - изучение организационной структуры и культуры (изучение	4.Контроль использования стандартов

текущей ситуации в организации);
 - описание «идеального» обслуживания клиентов.

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 13. Прочитайте текст и установите соответствие.

В соответствии со схемой Дж. Траута о реализации конкурентного преимущества, подберите каждой модели (правая графа таблицы) соответствующее определение (левая графа таблицы).

А) предполагает предоставление сервиса, нужного конкретному клиенту, индивидуальное отношение и подход к каждому клиенту. Заказчик ценит внимание, искренность, способность персонала «предугадывать» запросы и потребности и т.п.	1.Соотношение «цена - качество»
Б) данный тип конкурентного преимущества базируется на таких понятиях как «практичность», «выгодность», «экономичность» для клиента. Чаще всего сервисные и туристские предприятия выбирают данный тип конкурентного преимущества, если оказываемые услуги или реализуемые товары отличаются оптимальным набором потребительских качеств за определенную (желательно минимальную) стоимость.	2.Позиция «лучший продукт»
В)предполагает, что продукт (товар и/или услуга) обладает уникальным качеством по одному или нескольким параметрам. Данное конкурентное преимущество ориентированно на удовлетворение таких потребностей как престиж, надежность, стремление клиента подчеркнуть свою индивидуальность	3.Стратегия «близость к потребителю»

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 14. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) еще ничего не купили, но поддерживают контакт с сервисным предприятием	1. Потенциальные клиенты
Б) еще не знают о сервисном предприятии, не приобретали сервисные продукты, но имеют потребность в услуге или товаре, который предлагает предприятие	2.Посетители
В) постоянно покупают сервисные продукты	3.Покупатели
Г) уже купившие сервисные продукты один или несколько раз.	4.Постоянные клиенты
Д) были клиентами сервисного предприятия, но ушли к конкурентам.	5.Приверженцы
Е) лояльные клиенты, которые не только постоянно покупают, но и	6.Потерянные клиенты

полностью удовлетворены всеми составляющими процесса обслуживания и покупки.

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6

Задание 15. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Клиентоориентированность – это

- 1) способность компании и сотрудников вовремя определять желания клиентов, чтобы удовлетворить их своей продукцией или услугой с максимальной выгодой.
- 2) способность компании строить бизнес вокруг своих клиентов, его основных потребностей и проблем:
- 3) способность удовлетворить клиентов ценовой политикой своих продуктов
- 4) способность удовлетворить клиентов качеством поддержки в системе обслуживания.

Промежуточная аттестация.

Примерные тестовые задания:

Задание 1. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика.	2) турист
Б)лицо, пересекающее границы тех или иных территорий со сменой постоянного места жительства навсегда или на более или менее длительное время.	2) экскурсант
В) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания;	3) мигрант
	4) иммигрант

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 2. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Туроператорская деятельность может осуществляться:

Выберите один ответ:

1. должностным лицом сферы туризма;
2. физическим лицом ;
3. индивидуальным предпринимателем;
4. юридическим лицом

Задание 3. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы (расшифровка MICE) соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) корпоративные встречи. Это может быть встреча с партнёрами, клиентами, инвесторами или коллегами из других отделов.	1. Incentives
Б) тимбилдинги и мотивационные туры для сотрудников. Они направлены на отдых и развлечение и включают в себя различные активности: спортивные соревнования, экскурсии, культурные мероприятия и многое другое.	2. Conferences
В) деловые конференции, съезды, форумы, семинары. Конференции могут проходить как на национальном, так и на международном уровне	3. Exhibitions
Г) выставки для демонстрации продуктов и услуг компаний. Выставки привлекают большое количество потенциальных клиентов и партнёров	4. Meetings
	5. Visiting

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 4 Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Схема каналов дистрибуции в туризме характерная для рынка туризма России:

- 1) индустрия туризма- туроператор- турагент- потребители
- 2) турфирма(туроператор+ турагент) -потребители
- 3) индустрия туризма- гостиница- туроператор- турагент – потребители
- 4) индустрия туризма- гостиница- туроператор- потребители

Задание 5. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А).в ходе разработки, продвижения и реализации туристских	1. Функция ценообразования
---	----------------------------

продуктов, туроператор распространяет на рынке все возможные данные (отличительные черты туристского продукта, туристский потенциал курортов, традиции местного населения, процедуры оформления документов)	туроператора
Б). устанавливает учёт различных факторов, таких как затраты на производство, конкурентная среда, потребительский спрос, маркетинговые стратегии.	2.Функция продвижения туроператора
В)стремление любой туроператорской организации к выживанию в изменяющихся рыночных условиях, требующих мониторинга конъюнктуры туристского рынка и современной модификации существующего или создания принципиального нового туристского продукта	3.Информационная функция туроператора
Г)обеспечение денежных поступлений в бюджеты регионов и государства за счет налоговых сборов и валютных поступлений	4.Новаторская функция туроператора
Д)маркетинговая деятельность оператора прочим субъектам туристского рынка - цены, ассортимент туристских предложений, формы сотрудничества, внедрение новых технологий продаж и тд)	5.Бюджетообразующая функция туроператора
Е)способность прямо или косвенно определять принципы внешней политики стран, их приоритеты и курс мировой политической арене	6. Интегрирующая функция туроператора
	7.Функция туристского лобби

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6

Задание 6. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А).объединение понятий туризма выездного и въездного	1. туризм внутренний
Б). туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;	2.туризм выездной
В) туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации	3.туризм въездной
Г) туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;	4.международный туризм
Д) туризм для лиц с ОВЗ	

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 7. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором	1.Формирование туристского продукта
Б) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (средства размещения, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие)	2.Реализация туристского продукта
В) комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое)	3.Продвижение туристского продукта
	4.Материальное обеспечение туристского продукта

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 8. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в последовательности по популярности ТОП 5 самых популярных направлений в деловом туризме:

- 1.Санкт-Петербург
- 2.Москва
- 3.Красноярск
- 4.Сочи
- 5.Казань

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--

Задание 9. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину (виду event – события) правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) Их организуют для одной компании или сразу нескольких (компания становится одним из участников отраслевого ивента). В обоих случаях цель — представление продукта не только анонсируемого, но и уже вышедшего. Отраслевые выставки проводят чаще, так компании могут привлечь внимание большего количества потенциальных клиентов.	1.Ярмарки
Б) Этот вид ивента значит торжественное мероприятие в честь запуска чего-то нового (салон красоты, дилерский центр, булочная — любой другой проект).	2.Презентации
В) Это события, где производители выставляют товар на продажу. Часто сопровождается развлекательными мероприятиями.	3. Выставки
Г) В них входят все ивенты, которые предполагают участие	4.Мастер-

представителей СМИ: пресс-туры, пресс-брифинги, пресс-конференции, пресс-ланчи, круглые столы. Основная цель — поделиться с журналистами важной информацией. В зависимости от выбранного формата ивента носит официальный или неформальный характер.	класс/тренинг/семинар
Д) Мероприятие любого масштаба и тематики: частное, городское, спортивное. Ивенты стараются сделать зрелищными, эмоциональными и развлекательными.	5.Открытия
Е) События, где эксперты обучают участников определенной дисциплине.	6.Пресс - мероприятия
Ж) Наглядный демонстрационный материал используют, когда хотят представить новый товар или услугу.	7. Фестивали, концерты
З) На ивентах выступают известные люди, устраивают зрелищные номера.	8.Праздники

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6	7	8

Задание 10. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта называется:

- 1.Туристская услуга
- 2.Туристский продукт
- 3.Туристская индустрия
- 4.Туристский договор о реализации туристского продукта

Задание 11. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Совокупность средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, организаций, а также индивидуальных предпринимателей и физических лиц называется:

- 1.Туристские ресурсы
- 2.Туристская индустрия
- 3.Туристская инфраструктура
- 4.Туристская деятельность

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 39
--	--	--

Задание 12. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом называется :

1. Туроператорская деятельность
2. Турагентская деятельность
3. Смешанная форма туристской деятельности
4. Субагентская деятельность

Задание 13. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Тип средства размещения, в котором предоставляются гостиничные услуги и которое соответствует требованиям, установленным положением о классификации средств размещения, утвержденным Правительством Российской Федерации называется:

1. Система размещения
2. Средство размещения
3. Отель
4. Гостиница

Задание 14. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Регулирование, оказание госуслуг и правоприменение в сфере туризма и туристской деятельности, а также федеральный госконтроль, в частности, за туроператорами осуществляет:

5. Ростуризм (Федеральное агентство по туризму)
6. Министерство юстиции РФ
7. Министерство иностранных дел РФ
8. Министерство экономического развития РФ

Задание 15. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в правильной последовательности основные этапы формирования туристского продукта:

1. Установление технических требования
2. Определение методов контроля качества
3. Составление моделей туристских услуг
4. Утверждение документов
5. Разработка технических требований

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--

Задание 16 Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в правильной последовательности основные этапы проектирования программы обслуживания туристов и программы путешествия:

11. определение видов и количества транспортных средств, используемых для перевозки туристов;
12. разработку перечня туристских походов, прогулок, комплекса услуг по организации досуга;
13. определение потребности в экскурсоводах (гидах), гидах-переводчиках, инструкторах-проводниках, сопровождающих лицах и в другом обслуживающем персонале с необходимым уровнем подготовки и квалификации;
14. установление минимального и максимального количества туристов, участвующих в путешествии (численность группы);
15. разработку форм и видов рекламных, информационных и картографических материалов, описаний путешествия, памятки и др..
16. разработку маршрута путешествия;
17. формирование перечня экскурсий с указанием посещаемых объектов;
18. формирование списка соисполнителей туристских услуг, включая средства размещения, предприятия питания, транспортные компании и организации, оказывающие дополнительные услуги;
19. определение продолжительности пребывания туристов в каждом пункте маршрута;
20. установление периода времени/продолжительности отдельных услуг исполнителем.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Задание 17. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) это маршрут, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, при этом турист совершает путешествия в другие пункты пребывания и возвращается в пункт начала путешествия.	1. Линейный маршрут
Б) это маршрут, начало и окончание которого происходят в разных географических пунктах. Цель такого маршрута — дойти из точки «А» в точку «Б»	2. Радиальный маршрут
В) то маршрут, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, но при этом путь возвращения отличается от пути начала маршрута.	3. Кольцевой маршрут
	4. Комбинированный маршрут

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 18. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Какая форма авиационного транспорта предполагает фрахтование всей вместимости или части воздушных судов?

- 1) регулярный рейс;
- 2) нерегулярный рейс;
- 3) vip-рейс;
- 4) чартерный рейс.

Задание 19. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Какая форма путешествий не входит в речные и морские массовые туристические маршруты?

- 1) круизы;
- 2) яхтинг;
- 3) чартерные рейсы;
- 4) экскурсионные рейсы.

Задание 20. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

В нормативно-правовой базе «туристский маршрут»– это:

- б) географически определенное место концентрации наиболее ценных туристских ресурсов, а также объектов туристского интереса, выделяемое в составе туристского региона;
- 7) территория, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха или оздоровления;
- 8) трасса передвижения туристов в течении определенного периода времени с использованием разного вида транспорта;
- 9) путь следования туристов (экскурсантов), включающий в себя посещение и (или) использование туристских ресурсов;
- 10) заранее спланированная трасса передвижения туристов в течении определенного периода времени с целью получения туристско-экскурсионных услуг.

Задание 21. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Какие свойства территории способствуют снижению ее туристского потенциала?

- 1) репеллентные;
- 2) рекреационные;
- 3) аттрактивные;
- 4) утилитарные.

Задание 22. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Выберите из предложенных определений то, которое относится к понятию «аттрактивность»:

- 1) свойство, свидетельствующее о безопасности использования туристских ресурсов для окружающей среды;
- 2) основное системное свойство туристских ресурсов, природных и культурно-исторических объектов, свидетельствующее об их туристской ценности и привлекательности;
- 3) системное свойство туристских ресурсов, характеризующее высокую степень их вовлеченности в эксплуатацию;
- 4) основное свойство туристских ресурсов, отражающее их малопривлекательность для туристов.

Задание 23. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

По функциональному признаку туристские ресурсы делятся на:

- 1) природные, культурно-исторические, социально-экономические;
- 2) непосредственные и косвенные;
- 3) интенсивно и экстенсивно используемые;
- 4) оздоровительные, познавательные и спортивные.

Задание 24. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) расчет стоимости тура	1. Договорная
Б) реализация туристского продукта на рынке	2. Калькулятивная
В) заключение договорных отношений с поставщиками туристских услуг	3. Реализационная
	4. Информационная

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 25. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Доход туроператора складывается из:

- 1) прибыли от отдельных субъектов инфраструктуры рынка туризма
- 2) прибыли гостиницы и транспортных организаций
- 3) комиссионного вознаграждения
- 4) маржинальной разницы между стоимостью реализованных туристских услуг и понесенных затратах туроператора

Задание 26. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение в рамках маркетинговых методов анализа непосредственных потребителей туристских продуктов, представленное в левой графе таблицы.

А) позволяет исследовать рыночную ситуацию, рассматривая ее как объект, имеющий разное проявление.	1. Системный анализ
Б) позволяет достаточно быстро получить ответ о возможных процессах развития того или иного события на рынке, выявить сильные и слабые стороны предприятия, оценить эффективность тех или иных маркетинговых мероприятий	2. Комплексный подход
В) позволяет рассматривать любую рыночную ситуацию как некий объект для изучения с большим диапазоном внутренних и внешних причинно-следственных связей.	3. Экономические модели
Г) дают возможность с учетом действующих факторов емкости рынка определить наиболее рациональные стратегии маркетинга и возможные шаги конкурентов, оценить оптимальные затраты для получения необходимого размера прибыли.	4. Метод экспертных оценок

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 27. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в правильной последовательности основные этапы планирования сегментации и выбора целевого сегмента рынка.:

7. Анализ сходства и различий потребителей
8. Определение места предложения компании на рынке относительно конкуренции.
9. Определение характеристик и требований потребителей в отношении типа товаров или услуг, которые предлагает компания.

10. Выбор потребительского сегмента или сегментов.
11. Создание соответствующего плана маркетинга
12. Разработка профилей групп потребителей

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--	--

Задание 28. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы (виды турагентств) соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А)Связаны обязательством продавать туры определённого туроператора на конкретном направлении работы.	1.Независимые агентства
Б) Основаны на том, что туроператор инвестирует агента, даёт ему возможность пользоваться его торговой маркой, имиджем, при этом требуя взамен реализации определённого количества туров. При этом агентства такого типа могут параллельно продавать туры и других операторов	2.Частично зависимые агентства
В)Продают туры любого туроператора по собственному выбору	3.Уполномоченные агентства
Г)Предлагают туры только конкретного туроператора и являются региональными представителями оператора на рынках	4.Ритейлинговые агентства

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 29. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы (некоторые виды гостиниц для делового туризма) соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) Нацелены на работу с определённой клиентурой — деловыми людьми. Располагаются в центрах деловой активности, в местах с развитой транспортной инфраструктурой и связью с аэропортами, морскими портами, вокзалами, в районе сосредоточения выставочных центров, галерей, бизнес-центров. В номерах есть оргтехника и связь, а также конференц-залы и специализированные помещения для ведения бизнеса.	1.Бизнес-отели
Б) Предполагают высокий уровень сервиса, выдающийся стиль и дизайн. Часто местом для отеля становится помещение, изначально не предназначенное для проживания — замок, заброшенная фабрика, старинная усадьба	2. Отели-курорты (resort-отели)
В) редставляют собой замкнутую систему для спокойного отдыха. На территории курорт-отеля имеется всё необходимое — спортивные площадки, бассейн, сеть ресторанов, СПА-салоны и фитнес-центры, собственный пляж	3. Бутик-отели.

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 30. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Основными функциями менеджмента в туризме являются:

- 1) систематизация, прогнозирование;
- 2) мотивация, контроль, ценообразование;
- 3) планирование, организация, стимулирование;
- 4) планирование, организация, мотивация, контроль.

Задание 31. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Методика проведения туристского маршрута – это

- 1) совокупность приемов по продаже туристского продукта
- 2) совокупность приемов, составляющих основу работы директора туристской организации
- 3) совокупность приемов, составляющих основу работы менеджера туристской фирмы
- 4) совокупность приемов, составляющих основу работы руководителя маршрута во время проведения туристского мероприятия

Задание 32. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину параметров качества туристской услуги в правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) Время обслуживания (часы работы фирмы, предоставляющей услугу), скорость обслуживания (продолжительность оказания услуги), местоположение фирмы, предоставляющей услугу.	1. Техническое качество
Б) Уважение к местной культуре и традициям, охрана природных ресурсов и туристических объектов	2. Функциональное качество
В) Параметры физической среды, в которой происходит обслуживание: помещение (мебель), техническое оснащение, форменная одежда (внешний вид) персонала.	3. Квалификация профессионала
Г) Компетенция (наличие профессиональных знаний, умений и навыков, необходимых для оказания конкретной услуги), коммуникабельность (способность к общению с клиентом), взаимопонимание (способность разговаривать в манере клиента), вежливость (поведение контактирующего персонала).	4. Доступность
Д) Наличие патентно-правовых документов на туристические услуги, обеспечение безопасности тура, соответствие условий обслуживания требованиям и категориям средств размещения уровню комфортности	5. Характеристика материального обеспечения
Е) Достижение цели путешествия, уровень обслуживания в средствах размещения, степень комфорта и безопасности тура, качество питания и культура ресторанного обслуживания, организация экскурсий и транспортного обслуживания на маршруте.	6. Этическая ценность

Ж) Показатель, который учитывает платёжеспособность целевых групп потребителей и экономическую эффективность туристического продукта.	7. Общественно необходимая стоимость
---	--------------------------------------

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6	7

Задание 33 Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Управление туристской фирмы зачастую пользуется методом исследования:

- 1) хоум-тест
 - 2) ролиновый опроса
 - 3) тайный покупатель
 - 4) тест Брейди
- Ответ: в

Задание 34. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

В сфере туризма, для улучшения качества обслуживания туристов, проводятся комплексные опросы сотрудников туристских предприятий. Комплексные опросы сотрудников, проводимые с периодичностью, называются:

- 1) хоум-тестом
- 2) омнибусом
- 3) аудитом
- 4) тайным покупателем

Задание 35. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Какие существуют подходы к сегментации туристского рынка?

- 1) продуктовый и рыночный;
- 2) рыночный;
- 3) межотраслевой;
- 4) балансово-экономический

Задание 36. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите под цели тура, представленные в правой части таблицы, потребности сегмента, представленные в левой части таблицы:

А) перечень лечебных процедур и методик; минимальная длительность заездов;	1. Отдых
--	----------

широкий ассортимент санаториев и условий проживания в них	
Б) предложение интересного маршрута; качественные экскурсионные программы; соответствующая по интересам группа и компетентный сопровождающий; отзывчивость и понятливость персонала	2.Лечение
В) широкий ассортимент отелей для отдыха; организация досуга; качественное питание широкий выбор экскурсионных программ	3.Событийное направление
Г) интересные с точки зрения знакомства с дикой природой индивидуальные или мини-групповые маршруты; уникальность дикой природы предлагаемых направлений	4.Шопинг
Д) значение события и подогреваемый СМИ интерес к нему; посещения места проведения события	5.Полонничество
Е) индивидуальные поездки; условия для бизнеса во время поездок; месторасположение предлагаемых отелей	6.Эко-направление
Ж) маршрут поездки и условия перевозки грузов; возможности оперативной покупки товаров; льготы при таможенном оформлении грузов	7.Деловое направление

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6	7

Задание 37 Прочитайте текст и установите последовательность

Расположите в правильной последовательности цифры с соответствующими этапами формирования корпоративной культуры в туризме:

- создаются и формируются традиции организации, а также ее символика;
- создаются и формулируются стандарты поведения сотрудников в организации;
- определение миссии компании, ее ценностные направления, ее внутренняя мораль и философия, определение основных базовых ценностей.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--

Задание 38. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите расшифровки (в левой части таблицы) этапов разработки и внедрения стандартов обслуживания в деятельность предприятий сферы сервиса и туризма с наименованием данных этапов (в правой части таблицы).

А)-Организация внешнего и внутреннего контроля реализации стандартов обслуживания	1.Подготовительно-аналитический этап
Б) - информирование сотрудников о введении стандартов в деятельность организации; - разъяснение целей и организационных изменений, которые связаны с введением стандартов; - ознакомление сотрудников с содержанием стандартов (знакомство	2.Этап разработки стандартов

с документами, -описывающими стандарты, а также проведение тренинга по исполнению стандартов).	
В) - определение ответственных членов рабочей группы за различные участки работы и стандартизацию отдельных должностей; - разработка стандартов в рабочей группе; - аудит, окончательная доработка и оформление стандарта, утверждение руководством организации	3.Этап внедрения стандартов
Г)- создание рабочей группы по разработке стандартов; - определение конкурентных преимуществ; - изучение организационной структуры и культуры (изучение текущей ситуации в организации); - описание «идеального» обслуживания клиентов.	4.Контроль использования стандартов

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 39. Прочитайте текст и установите соответствие.

В соответствии со схемой Дж. Траута о реализации конкурентного преимущества, подберите каждой модели (правая графа таблицы) соответствующее определение (левая графа таблицы).

А) предполагает предоставление сервиса, нужного конкретному клиенту, индивидуальное отношение и подход к каждому клиенту. Заказчик ценит внимание, искренность, способность персонала «предугадывать» запросы и потребности и т.п.	1.Соотношение «цена - качество»
Б) данный тип конкурентного преимущества базируется на таких понятиях как «практичность», «выгодность», «экономичность» для клиента. Чаще всего сервисные и туристские предприятия выбирают данный тип конкурентного преимущества, если оказываемые услуги или реализуемые товары отличаются оптимальным набором потребительских качеств за определенную (желательно минимальную) стоимость.	2.Позиция «лучший продукт»
В)предполагает, что продукт (товар и/или услуга) обладает уникальным качеством по одному или нескольким параметрам. Данное конкурентное преимущество ориентированно на удовлетворение таких потребностей как престиж, надежность, стремление клиента подчеркнуть свою индивидуальность	3.Стратегия «близость к потребителю»

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 40 Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) еще ничего не купили, но поддерживают контакт с сервисным предприятием	1. Потенциальные клиенты
Б) еще не знают о сервисном предприятии, не приобретали сервисные продукты, но имеют потребность в услуге или товаре, который предлагает предприятие	2.Посетители
В) постоянно покупают сервисные продукты	3.Покупатели
Г) уже купившие сервисные продукты один или несколько раз.	4.Постоянные клиенты
Д) были клиентами сервисного предприятия, но ушли к конкурентам.	5.Приверженцы
Е) лояльные клиенты, которые не только постоянно покупают, но и полностью удовлетворены всеми составляющими процесса обслуживания и покупки.	6.Потерянные клиенты

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6

Задание 41. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Клиентоориентированность – это

- 5) способность компании и сотрудников вовремя определять желания клиентов, чтобы удовлетворить их своей продукцией или услугой с максимальной выгодой.
- 6) способность компании строить бизнес вокруг своих клиентов, его основных потребностей и проблем:
- 7) способность удовлетворить клиентов ценовой политикой своих продуктов
- 8) способность удовлетворить клиентов качеством поддержки в системе обслуживания.

ФОС ДЛЯ ДИАГНОСТИЧЕСКИХ РАБОТ

ЗАДАНИЯ

ПК-3.1. Формирует продукт MICE индустрии с учетом индивидуальных и специальных требований потребителя, организует его продажу, контролирует процесс и сроки реализации проектов MICE продуктов и мероприятий, осуществляет оперативное регулирование хода их исполнения.

Задания закрытого типа

Задание 1. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика.	3) турист
Б) лицо, пересекающее границы тех или иных территорий со сменой постоянного места жительства навсегда или на более или менее длительное время.	2) экскурсант
В) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания;	3) мигрант
	4) иммигрант

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 2. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину (расшифровка MICE) правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) корпоративные встречи. Это может быть встреча с партнёрами, клиентами, инвесторами или коллегами из других отделов.	1. Incentives
Б) тимбилдинги и мотивационные туры для сотрудников. Они направлены на отдых и развлечение и включают в себя различные активности: спортивные соревнования, экскурсии, культурные мероприятия и многое другое.	2. Conferences
В) деловые конференции, съезды, форумы, семинары. Конференции могут проходить как на национальном, так и на международном уровне	3. Exhibitions
Г) выставки для демонстрации продуктов и услуг компаний. Выставки привлекают большое количество потенциальных клиентов и партнёров	4. Meetings
	5. Visiting

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 3. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) в ходе разработки, продвижения и реализации туристских продуктов, туроператор распространяет на рынке все возможные данные (отличительные черты туристского продукта, туристский потенциал курортов, традиции местного населения, процедуры оформления документов)	1. Функция ценообразования туроператора
Б). устанавливает учёт различных факторов, таких как затраты на производство, конкурентная среда, потребительский спрос, маркетинговые стратегии.	2. Функция продвижения туроператора
В) стремление любой туроператорской организации к выживанию в изменяющихся рыночных условиях, требующих мониторинга конъюнктуры туристского рынка и современной модификации существующего или создания принципиально нового туристского продукта	3. Информационная функция туроператора
Г) обеспечение денежных поступлений в бюджеты регионов и государства за счет налоговых сборов и валютных поступлений	4. Новаторская функция туроператора
Д) маркетинговая деятельность оператора прочим субъектам туристского рынка - цены, ассортимент туристских предложений, формы сотрудничества, внедрение новых технологий продаж и тд)	5. Бюджетообразующая функция туроператора
Е) способность прямо или косвенно определять принципы внешней политики стран, их приоритеты и курс мировой политической арене	6. Интегрирующая функция туроператора
	7. Функция туристского лобби

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6

Задание 4. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) объединение понятий туризма выездного и въездного	1. туризм внутренний
Б). туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;	2. туризм выездной
В) туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации	3. туризм въездной
Г) туризм лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации, в другую страну;	4. международный туризм
Д) туризм для лиц с ОВЗ	

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 5. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристского продукта с туристом или иным заказчиком туристского продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором	1.Формирование туристского продукта
Б) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристский продукт (средства размещения, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие)	2.Реализация туристского продукта
В) комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое)	3.Продвижение туристского продукта
	4.Материальное обеспечение туристского продукта

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 6. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в последовательности по популярности ТОП 5 самых популярных направлений в деловом туризме:

- 1.Санкт-Петербург
- 2.Москва
- 3.Красноярск
- 4.Сочи
- 5.Казань

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--

Задание 7. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину (виду event – события) правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) Их организуют для одной компании или сразу нескольких (компания становится одним из участников отраслевого ивента). В обоих случаях цель — представление продукта не только анонсируемого, но и уже вышедшего. Отраслевые выставки проводят чаще, так компании могут привлечь внимание большего количества потенциальных клиентов.	1.Ярмарки
Б) Этот вид ивента значит торжественное мероприятие в честь запуска чего-то нового (салон красоты, дилерский центр, булочная — любой другой проект).	2.Презентации
В) Это события, где производители выставляют товар на продажу.	3. Выставки

Часто сопровождается развлекательными мероприятиями.	
Г) В них входят все ивенты, которые предполагают участие представителей СМИ: пресс-туры, пресс-брифинги, пресс-конференции, пресс-ланчи, круглые столы. Основная цель — поделиться с журналистами важной информацией. В зависимости от выбранного формата ивент носит официальный или неформальный характер.	4. Мастер-класс/тренинг/семинар
Д) Мероприятие любого масштаба и тематики: частное, городское, спортивное. Ивенты стараются сделать зрелищными, эмоциональными и развлекательными.	5. Открытия
Е) События, где эксперты обучают участников определенной дисциплине.	6. Пресс - мероприятия
Ж) Наглядный демонстрационный материал используют, когда хотят представить новый товар или услугу.	7. Фестивали, концерты
З) На ивентах выступают известные люди, устраивают зрелищные номера.	8. Праздники

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6	7	8

Задание 8. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в правильной последовательности основные этапы формирования туристского продукта:

1. Установление технических требования
2. Определение методов контроля качества
3. Составление моделей туристских услуг
4. Утверждение документов
5. Разработка технических требований

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--

Задание 9 Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в правильной последовательности основные этапы проектирования программы обслуживания туристов и программы путешествия:

1. определение видов и количества транспортных средств, используемых для перевозки туристов;
2. разработку перечня туристских походов, прогулок, комплекса услуг по организации досуга;
3. определение потребности в экскурсоводах (гидах), гидах-переводчиках, инструкторах-проводниках, сопровождающих лицах и в другом обслуживающем персонале с необходимым уровнем подготовки и квалификации;

4. установление минимального и максимального количества туристов, участвующих в путешествии (численность группы);
5. разработку форм и видов рекламных, информационных и картографических материалов, описаний путешествия, памятки и др..
6. разработку маршрута путешествия;
7. формирование перечня экскурсий с указанием посещаемых объектов;
8. формирование списка соисполнителей туристских услуг, включая средства размещения, предприятия питания, транспортные компании и организации, оказывающие дополнительные услуги;
9. определение продолжительности пребывания туристов в каждом пункте маршрута;
10. установление периода времени/продолжительности отдельных услуг исполнителем.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Задание 10. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) это маршрут, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, при этом турист совершает путешествия в другие пункты пребывания и возвращается в пункт начала путешествия.	1. Линейный маршрут
Б) это маршрут, начало и окончание которого происходят в разных географических пунктах. Цель такого маршрута — дойти из точки «А» в точку «Б»	2. Радиальный маршрут
В) то маршрут, начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, но при этом путь возвращения отличается от пути начала маршрута.	3. Кольцевой маршрут
	4. Комбинированный маршрут

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 11. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) расчет стоимости тура	1. Договорная
Б) реализация туристского продукта на рынке	2. Калькулятивная
В) заключение договорных отношений с поставщиками туристских услуг	3. Реализационная
	4. Информационная

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 12. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение в рамках маркетинговых методов анализа непосредственных потребителей туристских продуктов, представленное в левой графе таблицы.

А) позволяет исследовать рыночную ситуацию, рассматривая ее как объект, имеющий разное проявление.	1. Системный анализ
Б) позволяет достаточно быстро получить ответ о возможных процессах развития того или иного события на рынке, выявить сильные и слабые стороны предприятия, оценить эффективность тех или иных маркетинговых мероприятий	2. Комплексный подход
В) позволяет рассматривать любую рыночную ситуацию как некий объект для изучения с большим диапазоном внутренних и внешних причинно-следственных связей.	3. Экономические модели
Г) дают возможность с учетом действующих факторов емкости рынка определить наиболее рациональные стратегии маркетинга и возможные шаги конкурентов, оценить оптимальные затраты для получения необходимого размера прибыли.	4. Метод экспертных оценок

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 13. Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите в правильной последовательности основные этапы планирования сегментации и выбора целевого сегмента рынка.:

1. Анализ сходства и различий потребителей
2. Определение места предложения компании на рынке относительно конкуренции.
3. Определение характеристик и требований потребителей в отношении типа товаров или услуг, которые предлагает компания.
4. Выбор потребительского сегмента или сегментов.
5. Создание соответствующего плана маркетинга
6. Разработка профилей групп потребителей

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

--	--	--	--	--	--

Задание 14. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы (виды турагентств) соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) Связаны обязательством продавать туры определённого туроператора на конкретном направлении работы.	1. Независимые агентства
Б) Основаны на том, что туроператор инвестирует агента,	2. Частично зависимые

даёт ему возможность пользоваться его торговой маркой, имиджем, при этом требуя взамен реализации определённого количества туров. При этом агентства такого типа могут параллельно продавать туры и других операторов	агентства
В)Продают туры любого туроператора по собственному выбору	3.Уполномоченные агентства
Г)Предлагают туры только конкретного туроператора и являются региональными представителями оператора на рынках	4.Ритейлинговые агентства

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 15. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы (некоторые виды гостиниц для делового туризма) соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) Нацелены на работу с определённой клиентурой — деловыми людьми. Располагаются в центрах деловой активности, в местах с развитой транспортной инфраструктурой и связью с аэропортами, морскими портами, вокзалами, в районе сосредоточения выставочных центров, галерей, бизнес-центров. В номерах есть оргтехника и связь, а также конференц-залы и специализированные помещения для ведения бизнеса.	1.Бизнес-отели
Б) Предполагают высокий уровень сервиса, выдающийся стиль и дизайн. Часто местом для отеля становится помещение, изначально не предназначенное для проживания — замок, заброшенная фабрика, старинная усадьба	2. Отели-курорты (resort-отели)
В) представляют собой замкнутую систему для спокойного отдыха. На территории курорт-отеля имеется всё необходимое — спортивные площадки, бассейн, сеть ресторанов, СПА-салоны и фитнес-центры, собственный пляж	3. Бутик-отели.

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 16. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину параметров качества туристской услуги в правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) Время обслуживания (часы работы фирмы, предоставляющей услугу), скорость обслуживания (продолжительность оказания услуги), местоположение фирмы, предоставляющей услугу.	1. Техническое качество
Б) Уважение к местной культуре и традициям, охрана природных ресурсов и туристических объектов	2.Функциональное качество

В) Параметры физической среды, в которой происходит обслуживание: помещение (мебель), техническое оснащение, форменная одежда (внешний вид) персонала.	3Квалификация профессионала
Г) Компетенция (наличие профессиональных знаний, умений и навыков, необходимых для оказания конкретной услуги), коммуникабельность (способность к общению с клиентом), взаимопонимание (способность разговаривать в манере клиента), вежливость (поведение контактирующего персонала).	4Доступность
Д) Наличие патентно-правовых документов на туристические услуги, обеспечение безопасности тура, соответствие условий обслуживания требованиям и категориям средств размещения уровню комфортности	5Характеристика материального обеспечения
Е) Достижение цели путешествия, уровень обслуживания в средствах размещения, степень комфорта и безопасности тура, качество питания и культура ресторанного обслуживания, организация экскурсий и транспортного обслуживания на маршруте.	6Этическая ценность
Ж) Показатель, который учитывает платёжеспособность целевых групп потребителей и экономическую эффективность туристического продукта.	7Общественно необходимая стоимость

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6	7

Задание 17. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите под цели тура, представленные в правой части таблицы, потребности сегмента, представленные в левой части таблицы:

А) перечень лечебных процедур и методик; минимальная длительность заездов; широкий ассортимент санаториев и условий проживания в них	1.Отдых
Б) предложение интересного маршрута; качественные экскурсионные программы; соответствующая по интересам группа и компетентный сопровождающий; отзывчивость и понятливость персонала	2.Лечение
В) широкий ассортимент отелей для отдыха; организация досуга; качественное питание широкий выбор экскурсионных программ	3.Событийное направление
Г) интересные с точки зрения знакомства с дикой природой индивидуальные или мини-групповые маршруты; уникальность дикой природы предлагаемых направлений	4.Шопинг
Д) значение события и подогреваемый СМИ интерес к нему; посещения места проведения события	5.Полонничество
Е) индивидуальные поездки; условия для бизнеса во время поездок;	6.Эко-направление

месторасположение предлагаемых отелей	
Ж) маршрут поездки и условия перевозки грузов; возможности оперативной покупки товаров; льготы при таможенном оформлении грузов	7. Деловое направление

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6	7

Задание 18. Прочитайте текст и установите последовательность

Расположите в правильной последовательности цифры с соответствующими этапами формирования корпоративной культуры в туризме:

1. создаются и сформировываются традиции организации, а также ее символика;
2. создаются и формулируются стандарты поведения сотрудников в организации;
3. определение миссии компании, ее ценностные направления, ее внутренняя мораль и философия, определение основных базовых ценностей.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--

Задание 19. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите расшифровки (в левой части таблицы) этапов разработки и внедрения стандартов обслуживания в деятельность предприятий сферы сервиса и туризма с наименованием данных этапов (в правой части таблицы).

А)-Организация внешнего и внутреннего контроля реализации стандартов обслуживания	1.Подготовительно-аналитический этап
Б) - информирование сотрудников о введении стандартов в деятельность организации; - разъяснение целей и организационных изменений, которые связаны с введением стандартов; - ознакомление сотрудников с содержанием стандартов (знакомство с документами, -описывающими стандарты, а также проведение тренинга по исполнению стандартов).	2.Этап разработки стандартов
В) - определение ответственных членов рабочей группы за различные участки работы и стандартизацию отдельных должностей; - разработка стандартов в рабочей группе; - аудит, окончательная доработка и оформление стандарта, утверждение руководством организации	3.Этап внедрения стандартов
Г)- создание рабочей группы по разработке стандартов; - определение конкурентных преимуществ; - изучение организационной структуры и культуры (изучение текущей ситуации в организации); - описание «идеального» обслуживания клиентов.	4.Контроль использования стандартов

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4

Задание 20. Прочитайте текст и установите соответствие.

В соответствии со схемой Дж. Траута о реализации конкурентного преимущества, подберите каждой модели (правая графа таблицы) соответствующее определение (левая графа таблицы).

А) предполагает предоставление сервиса, нужного конкретному клиенту, индивидуальное отношение и подход к каждому клиенту. Заказчик ценит внимание, искренность, способность персонала «предугадывать» запросы и потребности и т.п.	1. Соотношение «цена - качество»
Б) данный тип конкурентного преимущества базируется на таких понятиях как «практичность», «выгодность», «экономичность» для клиента. Чаще всего сервисные и туристские предприятия выбирают данный тип конкурентного преимущества, если оказываемые услуги или реализуемые товары отличаются оптимальным набором потребительских качеств за определенную (желательно минимальную) стоимость.	2. Позиция «лучший продукт»
В) предполагает, что продукт (товар и/или услуга) обладает уникальным качеством по одному или нескольким параметрам. Данное конкурентное преимущество ориентированно на удовлетворение таких потребностей как престиж, надежность, стремление клиента подчеркнуть свою индивидуальность	3. Стратегия «близость к потребителю»

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3

Задание 21. Прочитайте текст и установите соответствие.

Подберите каждому термину правой графы таблицы соответствующее определение, представленное в левой графе таблицы.

А) еще ничего не купили, но поддерживают контакт с сервисным предприятием	1. Потенциальные клиенты
Б) еще не знают о сервисном предприятии, не приобретали сервисные продукты, но имеют потребность в услуге или товаре, который предлагает предприятие	2. Посетители
В) постоянно покупают сервисные продукты	3. Покупатели
Г) уже купившие сервисные продукты один или несколько раз.	4. Постоянные клиенты
Д) были клиентами сервисного предприятия, но ушли к конкурентам.	5. Приверженцы
Е) лояльные клиенты, которые не только постоянно покупают, но и полностью удовлетворены всеми составляющими процесса обслуживания и покупки.	6. Потерянные клиенты

Запишите выбранные буквы под соответствующие цифры

Ответ:

1	2	3	4	5	6

Задания комбинированного типа

Задание 1. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Туроператорская деятельность может осуществляться:

Выберите один ответ:

1. должностным лицом сферы туризма;
2. физическим лицом ;
3. индивидуальным предпринимателем;
4. юридическим лицом

Задание 2. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Схема каналов дистрибьюции в туризме характерная для рынка туризма России:

- 1) индустрия туризма- туроператор- турагент- потребители
- 2) турфирма(туроператор+ турагент) -потребители
- 3) индустрия туризма- гостиница- туроператор- турагент – потребители
- 4) индустрия туризма- гостиница- туроператор- потребители

Задание 3. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта называется:

1. Туристская услуга
2. Туристский продукт
3. Туристская индустрия
4. Туристский договор о реализации туристского продукта

Задание 4. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Совокупность средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 61
--	--	--

развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, организаций, а также индивидуальных предпринимателей и физических лиц называется:

1. Туристские ресурсы
2. Туристская индустрия
3. Туристская инфраструктура
4. Туристская деятельность

Задание 5. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая юридическим лицом называется :

1. Туроператорская деятельность
2. Турагентская деятельность
3. Смешанная форма туристской деятельности
4. Субагентская деятельность

Задание 6. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Тип средства размещения, в котором предоставляются гостиничные услуги и которое соответствует требованиям, установленным положением о классификации средств размещения, утвержденным Правительством Российской Федерации называется:

1. Система размещения
2. Средство размещения
3. Отель
4. Гостиница

Задание 7. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов – 1

Регулирование, оказание госуслуг и правоприменение в сфере туризма и туристской деятельности, а также федеральный госконтроль, в частности, за туроператорами осуществляет:

1. Ростуризм (Федеральное агентство по туризму)
2. Министерство юстиции РФ
3. Министерство иностранных дел РФ
4. Министерство экономического развития РФ

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 62
--	--	--

Задание 8. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Какая форма авиационного транспорта предполагает фрахтование всей вместимости или части воздушных судов?

- 1) регулярный рейс;
- 2) нерегулярный рейс;
- 3) vip-рейс;
- 4) **чартерный рейс.**

Задание 9. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Какая форма путешествий не входит в речные и морские массовые туристические маршруты?

- 1) круизы;
- 2) яхтинг;
- 3) чартерные рейсы;
- 4) **экскурсионные рейсы.**

Задание 10. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

В нормативно-правовой базе «туристский маршрут»– это:

1. географически определенное место концентрации наиболее ценных туристских ресурсов, а также объектов туристского интереса, выделяемое в составе туристского региона;
2. территория, которая располагает большой сетью специальных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха или оздоровления;
3. трасса передвижения туристов в течении определенного периода времени с использованием разного вида транспорта;
4. путь следования туристов (экскурсантов), включающий в себя посещение и (или) использование туристских ресурсов;
5. заранее спланированная трасса передвижения туристов в течении определенного периода времени с целью получения туристско-экскурсионных услуг.

Задание 11. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Какие свойства территории способствуют снижению ее туристского потенциала?

- 1) **репеллентные;**
- 2) рекреационные;
- 3) аттрактивные;
- 4) утилитарные.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 63
--	---	--------------------------------

Задание 12. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Выберите из предложенных определений то, которое относится к понятию «аттрактивность»:

- 1) свойство, свидетельствующее о безопасности использования туристских ресурсов для окружающей среды;
- 2) основное системное свойство туристских ресурсов, природных и культурно-исторических объектов, свидетельствующее об их туристской ценности и привлекательности;
- 3) системное свойство туристских ресурсов, характеризующее высокую степень их вовлеченности в эксплуатацию;
- 4) основное свойство туристских ресурсов, отражающее их малопривлекательность для туристов.

Задание 13. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

По функциональному признаку туристские ресурсы делятся на:

- 1) природные, культурно-исторические, социально-экономические;
- 2) непосредственные и косвенные;
- 3) интенсивно и экстенсивно используемые;
- 4) оздоровительные, познавательные и спортивные.

Задание 14. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Доход туроператора складывается из:

- 1) прибыли от отдельных субъектов инфраструктуры рынка туризма
- 2) прибыли гостиницы и транспортных организаций
- 3) комиссионного вознаграждения
- 4) маржинальной разницы между стоимостью реализованных туристских услуг и понесенных затратах туроператора

Задание 15. Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Основными функциями менеджмента в туризме являются:

- 1) систематизация, прогнозирование;
- 2) мотивация, контроль, ценообразование;
- 3) планирование, организация, стимулирование;
- 4) планирование, организация, мотивация, контроль.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 64
--	--	--

Задание 16 Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

Методика проведения туристского маршрута – это

- 1) совокупность приемов по продаже туристского продукта
- 2) совокупность приемов, составляющих основу работы директора туристской организации
- 3) совокупность приемов, составляющих основу работы менеджера туристской фирмы
- 4) совокупность приемов, составляющих основу работы руководителя маршрута во время проведения туристского мероприятия

Задание 17 Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Управление туристской фирмы зачастую пользуется методом исследования:

- 1) хоум-тест
- 2) ролиновый опроса
- 3) тайный покупатель
- 4) тест Брейди

Ответ:

Задание 18. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

В сфере туризма, для улучшения качества обслуживания туристов, проводятся комплексные опросы сотрудников туристских предприятий. Комплексные опросы сотрудников, проводимые с периодичностью, называются:

- 1) хоум-тестом
- 2) омнибусом
- 3) аудитом
- 4) тайным покупателем

Задание 19. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

Какие существуют подходы к сегментации туристского рынка?

- 1) продуктовый и рыночный;
- 2) рыночный;
- 3) межотраслевой;
- 4) балансово-экономический

Задание 20. Прочитайте текст задания, выберите правильный ответ и запишите его соответствующей буквой, ответ обоснуйте.

Кол-во правильных ответов - 1

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 65
--	---	--------------------------------

Клиентоориентированность – это

1. способность компании и сотрудников вовремя определять желания клиентов, чтобы удовлетворить их своей продукцией или услугой с максимальной выгодой.
2. способность компании строить бизнес вокруг своих клиентов, его основных потребностей и проблем:
3. способность удовлетворить клиентов ценовой политикой своих продуктов
4. способность удовлетворить клиентов качеством поддержки в системе обслуживания.

Задания открытого типа

Задание 1. *Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки*

Приобретен тур в ЮАР, перелет, проживание, экскурсионные услуги. Туристы намеревались побывать в Кейптауне, полюбоваться миграцией китов, посетить сафари и водопад Виктория. Долгожданное путешествие омрачилось в тот самый момент, года за день до начала тура заболел один из туристов. Тур пришлось в спешном порядке аннулировать. Туроператор аннулировал что смог, отмена таких туров, особенно в такие критически короткие сроки невозможны без ФПР.

С туроператором на связь вышла дочь одного из туристов с просьбой возврата денежных средств на её счет (что противоречит договору). Туроператор отказал, попросив прислать заявление от непосредственных участников с указанными реквизитами. Ответ затягивался. Спустя время оказалось, что заболевший участник тура, к сожалению, скончался. Возврат оформили на второго и вернули средства с учетом затрат.

В сторону туроператора был подан иск, с требованиями:

- Взыскать всю стоимость тура;
- Проценты за пользования денежными средствами;
- Компенсацию морального вреда;
- Штраф;

Каким образом можно доказать о понесенных расходах туроператора и обосновать с точки зрения закона?

Задание 2. *Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.*

Потребители жалуются на уровень сервиса в Вашем турагентстве - неоднократно оставляли жалобы в книге отзывов и предложений, а также на Вашем фирменном сайте. В каждой из этих жалоб не было указано, какой конкретно сотрудник ведет себя не этично и грубо. С целью прояснить данную ситуацию, Вы организовали общее собрание менеджеров по продажам. Объявили тему собрания и попытались выяснить, кто и почему виноват в данной ситуации. Однако, ни один сотрудник не признался и ситуация осталась неразрешенной. Вы организовали для всех повторный тренинг на тему «Профессиональные и этические нормы и требования менеджера по продажам». В ходе тренинга сотрудников вновь были

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 66

ознакомленные с основными положениями их должностной инструкции, был проведен мастер-класс по теме «Как выстроить эффективный диалог с потребителем», а также разыграны различные кейс-ситуации. Жалобы на некоторое время прекратились, но затем опять возобновились. Каковы профессиональные и этические компетенции менеджера по продажам турпродукта? Каким образом можно улучшить уровень сервиса личных продаж сотрудников?

Задание 3. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Туроператор «Мир вокруг нас», сотрудником которого вы являетесь, участвовало в национальной выставке. Вы представляли публике свой новый турпродукт - зимний курорт в Альпах. На выставке было много журналистов и потенциальных потребителей - Ваше предложение вызвало большой эмоциональный отклик и высокий уровень заинтересованности. Чтобы продлить этот эффект, руководство поручило Вам задание написать и отправить в журнал «Вокруг света» некоторые PR-материалы: кейс-история, занимательная статья. После издания Ваших материалов уровень спроса на данный турпродукт значительно вырос. Туристы по возвращению из поездки оставляют лишь положительные отзывы и особо оценивают высокий уровень сервиса как в самом агентстве, так и на протяжении всего путешествия. Почему турфирме важно участвовать в подобных мероприятиях? Назовите крупные выставочные мероприятия в сфере туризма в России.

Задание 4. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Калининград и Калининградская область — популярное место для МICE-туризма. Туроператор «Янтарная мозаика» организует корпоративный выезд – встречу на выходные дни для сотрудников IT – отдела безопасности данных Альфа-банка из Москвы. Туроператор организует все мероприятия, связанные с данной поездкой. Почему Калининград и Калининградскую область выбирают часто для проведения MICE мероприятий? Какие основные достопримечательности вы бы включили в обзорную экскурсию по городу Калининград?

Задание 5. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

В системе тимбилдинга в настоящее время очень популярны активные туры. Тимбилдинг или корпоратив на Камчатке — это всегда масштабное и запоминающееся мероприятие с элементами соревнований, активных игр на свежем воздухе и даже экстремальных видов спорта. В таком регионе России найдется место и для коллективного похода, и для рафтинга, ведь его омывает несколько морей, а ещё здесь находится около 10 заповедников и природных парков. Но, пожалуй, самое главное — вулканы Камчатки. Их исследование проверяет на прочность не только всю команду, но и каждого сотрудника в отдельности. Напишите основные

преимущества выездных МІСЕ приключений и программ. Разработайте экскурсию до 24 часов для одного из дней для подобного тура.

Задание 6 . Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Туристская индустрия очень изменчива. Меняется её структура и характер, приходят новые направления и виды туризма. Потребности туристов растут каждый день, они хотят чего-то нового и необычного.

Многие люди являются ценителями кулинарного искусства. Конечно, различные национальные блюда можно попробовать в ресторанах и кафе национальных кухонь, не покидая пределы своего города, но чтобы по-настоящему окунуться в гастрономическую культуру и оценить по достоинству изысканные блюда, туристическая индустрия разработала, так называемые гастрономические туры.

В рамках деловых программ, гастрономические туры пользуются особой популярностью, а также у определенного потребителя, такие как повара, кондитеры, сомелье и тд.

Одним из популярных мест посещения с данными целями является Республика Татарстан и ее столица город Казань. Разработайте 3 дневный тур на 10 человек и запишите ваши расчеты в следующую таблицу.

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	%	В стоимостном выражении (в рублях)	
		на одного человека	на группу 10 человек
Транспортное обслуживание и трансфер			
Проживание (завтрак входит в стоимость)			
Питание (рассчитаны обеды и ужины по программе)			
Экскурсионное обслуживание + гид			
Страхование			
Прямые расходы			
Косвенные расходы	10		
Себестоимость туристского продукта			
Прибыль	20		
Стоимость (цена) туристской путевки			

Задание 7. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки

Выделяют 3 основных вида ценовой стратегии, которые могут быть применены в туристской организацией:

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 68
--	---	--------------------------------

1 «Проникновение на рынок» – максимально возможные низкие цены.

2 «Удержание рынка» – корректирующиеся (изменяющиеся) цены в зависимости от цен конкурентов.

3 «Снятие сливок» – максимально возможные высокие цены.

Какая еще стратегия применяется в туристском бизнесе для достижения преимуществ по отношению к конкурентам по качеству турпродукта или по затратам на создание продукта?

Задание 8. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Вы опытный менеджер по продаже турпродукта, неоднократно становились лучшим сотрудником месяца. Уровень Ваших продаж один из самых высоких в офисе. Потребители всегда оставляют положительные отзывы о Вашей работе. Ваше турагентство продает деловые/экскурсионные/оздоровительные туры. В данный момент Вы работаете с потребителем и видите, что он колеблется, не решается на покупку. Необходимо мягко, но уверенно склонить его к положительному результату. Охарактеризуйте технологию личных продаж и продвижения тура, а также, как подвести покупателя к приобретению турпродукта?

Задание 9. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Ваше турагентство давно взаимодействует с ведущим туроператором России. Вы всегда показывали высокие результаты деятельности, и данный туроператор повторно перезаключал с вами договор о сотрудничестве. Однако, в течение последнего полугодия, показатели Вашей прибыли значительно упали. Туроператор посчитал, что это возможно произошло из-за ухода из агентства нескольких опытных сотрудников и появления новых, а также в связи с появлением в Вашем городе новых турфирм, которые намеренно занижают цены на свои турпродукты. Как можно исправить данную ситуацию?

Задание 10. Прочитайте текст задания. Ответ запишите развернуто и обосновано, используя четкие компактные формулировки.

Туроператор «Путешествия» открывает новое направление - туры в Австралию. В тур включено: перелет с Москвы до Сиднея с пересадкой в Гонконге, экскурсии в заповедники острова Тасмания, ужин под открытым небом в пустыне красных песков, дайвинг на Большом Барьерном Рифе, серфинг в пустыне, обзорные экскурсии по Сиднею, посещение оперного театра. Объясните, с чем связаны особенности данного тура? Почему количество потребителей будет ограничено?

7.4. Содержание занятий семинарского типа.

Занятия семинарского типа – одна из форм учебных занятий, направленная на развитие самостоятельности учащихся и приобретение различных умений и навыков.

Занятие семинарского типа представляет собой комплексную форму и завершающее звено в изучении предусмотренных в рабочей программе тем дисциплины. Комплексность данной формы занятий определяется тем, что в ходе проведения занятия семинарского типа сочетаются выступления студентов и преподавателя; положительное толкование

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 69
--	---	--------------------------------

(рассмотрение) обсуждаемой проблемы и анализ различных, часто дискуссионных позиций; обсуждение мнений студентов и разъяснение (консультация) преподавателя; углубленное изучение теории и приобретение навыков умения ее использовать в практической работе.

Занятия семинарского типа призваны углублять, расширять, детализировать знания, полученные на лекциях в обобщенной форме, и содействовать выработке навыков профессиональной деятельности. Они развивают научное мышление и речь, позволяют проверить знания студентов и выступают как средства оперативной обратной связи. Позволяют привить навыки поиска, обобщения и изложения учебного материала, а также презентационные навыки.

Главными характеристиками выпускника любого образовательного учреждения являются его компетентность и мобильность. В этой связи акценты при изучении учебных дисциплин переносятся на сам процесс познания, эффективность которого полностью зависит от познавательной активности самого студента.

Занятия семинарского типа предполагают предварительную подготовку студентов по плану практического занятия. Готовясь к практическому занятию, студент должен ознакомиться с материалом соответствующей лекции, учебной литературы, которые по своему содержанию представляют теоретическую базу курса. Важной задачей для студентов является проработка всех вопросов не только на основе учебной литературы, но и дополнительных источников.

Для формирования профессиональных компетенций, активизации познавательной деятельности студентов в процессе вузовского обучения наряду с традиционными методами, необходимо использовать активные методы обучения.

Активные методы обучения являются одним из наиболее эффективных средств вовлечения студентов в учебно-познавательную деятельность. Активные методы обучения направлены на привлечение студентов к самостоятельной познавательной деятельности, вызвать личностный интерес к решению каких-либо познавательных задач, возможность применения студентами полученных знаний. Целью активных методов является участие в усвоении знаний, умений, навыков всех психических процессов (речи, памяти, воображения и т.д.). Именно в активной деятельности, направляемой преподавателем, студенты овладевают необходимыми знаниями, умениями, навыками для их профессиональной деятельности, развиваются творческие способности. В основе активных методов лежит диалогическое общение, как между преподавателем и студентами, так и между самими студентами.

На занятиях семинарского типа по дисциплине широко используются такие активные формы обучения как устные блицопросы по предусмотренным контрольным вопросам, выполнение контрольных практических заданий, выступления студентов с презентациями, эссе и докладами по предложенной тематике, групповые дискуссии, аннотации видеокейсов.

Важную роль при проведении занятий семинарского типа играет *устный блиц-опрос*. Целью блиц-опроса является осуществление систематического контроля за подготовкой каждого обучаемого, что заставляет студентов при изучении дисциплины активизировать самостоятельную подготовку, самообучение.

В небольших группах (10-15 человек) *блиц-опрос* может быть осуществлен в ходе устной беседы. В многочисленных группах данным способом проконтролировать каждого студента невозможно. В таких группах без постоянного контроля постепенно формируется пассивность. Чтобы этого не допустить, можно применять регулярный устный или письменный экспресс-опрос без предварительного предупреждения. Это

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 70
--	---	--------------------------------

способствует ритмичному изучению предмета и развитию познавательных способностей студентов.

Целью выполнения *самостоятельных практических заданий* на занятиях семинарского типа является формирование у студентов навыков аналитической деятельности в сфере стандартизации процессов в сфере гостеприимства.

Расширению и углублению знаний студентов способствует подготовка *докладов с презентациями*. Доклад – форма самостоятельной работы, направленной на детальное знакомство с какой-либо темой в рамках данной дисциплины. Студенческие доклады, как правило, дополняют и развивают основные вопросы, изучаемые на лекциях и занятиях семинарского типа. Ведущее место должны занимать темы, которые представляют профессиональный интерес, несут элемент новизны. Тем самым создается мотивационная готовность к самостоятельному выполнению задания. Доклад, включающий обзор нескольких источников, может служить основой доклада на определенную тему для выступления на практическом занятии.

Применение активных форм обучения на занятиях семинарского типа учит студентов самостоятельному мышлению, способствует формированию собственных взглядов и мнения, позволяет четко ориентироваться в стремительном потоке научной и экономической информации, анализировать всё многообразие фактов и явлений повседневной жизни, позволяет студентам выработать активную жизненную позицию.

Цель и задачи семинаров:

В ходе семинара углубляются, систематизируются и контролируются знания студентов. Дидактические цели семинарских занятий: углубление, систематизация, закрепление знаний, проверка знаний, развитие культуры речи, формирование умения аргументировано отстаивать свою точку зрения, отвечать на вопросы слушателей, выслушивать других, задавать вопросы. Семинарские занятия тесно взаимосвязаны с лекциями. Учебный материал семинаров не дублирует материала, изложенного преподавателем в лекции, но сохраняет тесную связь с его принципиальными положениями.

Виды семинаров:

При изучении дисциплины используются следующие виды занятий семинарского типа.

1. Семинар-дискуссия - диалогическое общение участников, в процессе которого через совместное участие обсуждаются и решаются теоретические и практические проблемы курса. На обсуждение выносятся наиболее актуальные проблемные вопросы изучаемой дисциплины. Каждый из участников дискуссии должен научиться точно выражать свои мысли в докладе или выступлении по вопросу, активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию.

2. Семинар-собеседование – разбор предложенных рабочих ситуаций, групповая работа и коллективное обсуждение, в котором участники обмениваются мнениями и предлагают ответы на часто встречающиеся вопросы.

3. Деловая игра - способ обучения через проживание специально смоделированной ситуации, позволяющей раскрыть и закрепить необходимые в работе знания, умения и навыки. Деловая игра – это уникальная возможность выйти за рамки привычного образа действий и выявить потенциал для собственного личностного роста и новые ресурсы для развития бизнеса.

Тематика семинаров:

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 71
--	--	--

Раздел 1	Теоретико-методологические основы современной системы государственного регулирования туроператорской деятельности
Тема 1.1.	Нормативно-правовые основы государственного регулирования туроператорской деятельности
Тема 1.2.	Организационные основы деятельности туроператорской компании
Тема 1.3.	MICE индустрия как отдельное направление в современной ивент-индустрии по организации и проведению деловых и корпоративных мероприятий разного уровня.
Тема 1.4.	Основные потребители MICE индустрии и их потребности в организации MICE продуктов
Раздел 2	Технологии формирования турпродукта MICE индустрии с учетом специальных требований потребителя
Тема 2.1.	Изучение основных поставщиков в системе MICE индустрии
Тема 2.2.	Технологии проектирования MICE продуктов с учетом специальных требований потребителей. Методы выявления индивидуальных потребностей потребителей MICE индустрии
Раздел 3	Методы обеспечения качества туристского продукта
Тема 3.1.	Качество услуг в туристском бизнесе. Системы обеспечения качества туристского продукта.
Тема 3.2.	Корпоративные стандарты качества туристского обслуживания в MICE индустрии

Тематика семинаров

Раздел 1. Теоретико-методологические основы современной системы государственного регулирования туроператорской деятельности

Тема 1.1. Нормативно-правовые основы государственного регулирования туроператорской деятельности

Вид семинара: Семинар – собеседование

Целью семинара является закрепление теоретических знаний о нормативно-правовых основах государственного регулирования туроператорской деятельности.

Практические навыки. При изучении темы необходимо научить студентов разграничивать методологию регулирования сферы туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Тема 1.2. Организационные основы деятельности туроператорской компании

Вид семинара: Семинар-собеседование.

Целью семинара является закрепление теоретических знаний об основах деятельности туроператорской компании.

Практические навыки. При изучении темы необходимо научить студентов создания (регистрации) туроператорских организаций и основам их функционирования на туристском рынке.

Тема 1.3. MICE индустрия как отдельное направление в современной ивент-индустрии по организации и проведению деловых и корпоративных мероприятий разного уровня.

Вид семинара: Семинар-собеседование.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 72
--	--	--

Целью семинара является закрепление теоретических знаний о МІСЕ индустрии как отдельном направлении в современной ивент-индустрии по организации и проведению деловых и корпоративных мероприятий разного уровня

Практические навыки. При изучении темы необходимо научить студентов навыкам организации туроператорских компаний, занимающихся МІСЕ -туризмом.

Тема 1.4. Основные потребители МІСЕ индустрии и их потребности в организации МІСЕ продуктов

Вид семинара: Семинар-собеседование.

Целью семинара является закрепление теоретических знаний о потребителях МІСЕ индустрии и их потребностях в организации МІСЕ продуктов

Практические навыки. При изучении темы необходимо научить студентов методам изучения потребностей туристского рынка в МІСЕ индустрии.

Раздел 2. Технологии формирования турпродукта МІСЕ индустрии с учетом специальных требований потребителя

Тема 2.1. Изучение основных поставщиков в системе МІСЕ индустрии

Вид семинара: Семинар-собеседование.

Целью семинара является закрепление теоретических знаний об основных поставщиках в МІСЕ индустрии

Практические навыки. При изучении темы необходимо научить студентов разбираться в основных поставщиках и особенностях работы с ними в МІСЕ индустрии туроператорской деятельности.

Тема 2.2. Технологии проектирования МІСЕ продуктов с учетом специальных требований потребителей. Методы выявления индивидуальных потребностей потребителей МІСЕ индустрии

Вид семинара: Семинар-собеседование.

Целью семинара является закрепление теоретических знаний о технологиях проектирования МІСЕ продуктов с учетом потребностей потребителей

Практические навыки. При изучении темы необходимо научить студентов проектировать МІСЕ продукты с учетом требований потребителей.

Раздел 3. Методы обеспечения качества туристского продукта

Тема 3.1. Качество услуг в туристском бизнесе. Системы обеспечения качества туристского продукта.

Вид семинара: Семинар-собеседование.

Целью семинара является закрепление теоретических знаний о качестве предоставления услуг в туристском бизнесе

Практические навыки. При изучении темы необходимо научить студентов системе обеспечения качества туристского продукта и работы с потребителями.

Тема 3.2. Корпоративные стандарты качества туристского обслуживания в МІСЕ индустрии

Вид семинара: Семинар-собеседование.

Целью семинара является закрепление теоретических знаний о стандартах качества туристского обслуживания в МІСЕ индустрии

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 73
--	--	--

Практические навыки. При изучении темы необходимо научить студентов корпоративным стандартам в туроператорском бизнесе, а также в специфике МІСЕ направления.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

8.1. Основная литература

1. Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24.11.1996 N 132-ФЗ (последняя редакция система Консультант +)
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
2. Баранова, А. Ю. Организация предпринимательской деятельности в сфере туризма : учебное пособие / А.Ю. Баранова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 180 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1677. - ISBN 978-5-16-004452-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1679517>
3. Быстров, С. А. Технология организации туроператорской и турагентской деятельности : учебник / С.А. Быстров. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 375 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5a685a89b76dd5.66618286. - ISBN 978-5-16-014026-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1855507>
5. Киреева, Ю. А. Виды туризма : учебное пособие / Ю. А. Киреева. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 324 с. - ISBN 978-5-4499-2942-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2140882>
6. Туроператорская и турагентская деятельность : практическое пособие / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова. - Москва : Директ-Медиа, 2023. - 232 с. - ISBN 978-5-4499-3378-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2144487>
7. Орловская, В.П. Технология и организация предприятия туризма: учебник / В.П. Орловская; под ред. Е.И. Богданова. - Москва: ИНФРА-М, 2023. - 176 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006293-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1904786>

8.2. Дополнительная литература

- Менеджмент в туризме : учебное пособие / П.В. Большаник, А.Т. Джураев, Н.У. Махмудова, Ё.Д. Холов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 207 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2132108. - ISBN 978-5-16-019645-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2132108>
- Зайцева, Н. А. Менеджмент в сервисе и туризме : учебное пособие / Н. А. Зайцева. — 3-е изд., доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 366 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016114-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2208427>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Электронная библиотечная система Znanium.com <http://znanium.com/>
2. Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>
3. Научная электронная библиотека КиберЛенинка <https://cyberleninka.ru>

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 74
--	--	--

4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики gks.ru
5. Отель – эксперт www.hotelex.ru
6. Публикации специализированного электронного центра: Гостиничный и ресторанный бизнес www.hotelbiz.com
7. Сайт социально ответственного туризма <https://icrt-russia.ru/>
8. Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) является старейшим российским исследовательским институтом в сфере социальных, политических и маркетинговых опросов - <https://wciom.ru>
9. Электронно-библиотечная система «ЭБС ЮРАЙТ www.biblio-online.ru»

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных системам

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. База данных «Портал открытых данных Министерства культуры Российской Федерации» <http://opendata.mkrf.ru/>
4. База данных «Единый федеральный реестр туроператоров»: <https://www.russiatourism.ru/operators/>
5. База данных государственной статистики Федеральной службы государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/
6. Информационная справочная система «Справочно-правовая система «Консультант+»»: <http://www.consultant.ru>
7. Информационная справочная система «Интернет-версия справочно-правовой системы "Гарант"» (информационно-правовой портал "Гарант.ру"): <http://www.garant.ru>
8. Информационная справочная система «Унифицированные туристские паспорта регионов РФ»: <http://utp.nbcrs.org/>
9. Информационно-справочная система Российской государственной библиотеки (РГБ): <http://www.rsl.ru/>
10. Министерство экономического развития Российской Федерации: <https://www.economy.gov.ru/>
11. Национальные проекты России. <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную работу с преподавателем (работа на занятиях лекционного и семинарского типа) и самостоятельную (самоподготовка к занятиям лекционного и семинарского типа) работу обучающегося.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Организация и технологии туроператорской деятельности» выступают занятия лекционного и семинарского типа (с использованием интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся.

Теоретические занятия (занятия лекционного типа) организуются по потокам. На занятиях лекционного типа излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС
		Лист 75

занятий лекционного типа является базой при подготовке к занятиям семинарского типа, к зачету, а также самостоятельной научной деятельности.

Занятия семинарского типа по дисциплине «Организация и технологии туроператорской деятельности» проводятся в специализированном кабинете, оснащенном стендами, мультимедийным техническим и специализированным оборудованием.

Практические задания по дисциплине «Организация и технологии туроператорской деятельности» обусловлены стратегическими приоритетами современной системы государственного регулирования сферы туризма на федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Цель занятий семинарского типа - приобретение практических навыков в области формирования туристского продукта MICE индустрии с учетом специальных требований потребителя.

Выполнение практической работы студенты производят в письменном виде. Отчет по каждому заданию предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет. Студенты должны ответить на вопросы преподавателя по каждой теме. Для более полного раскрытия компетенций студенты представляют и защищают практическое задание.

Занятия семинарского типа способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.

Целью самостоятельной работы обучающихся является формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и неординарных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий.

Формы самостоятельной работы

Самостоятельная работа заключается в изучении отдельных тем по заданию преподавателя по рекомендуемой им учебной литературе, в подготовке.

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на занятиях лекционного типа и занятиях семинарского типа) и самостоятельную (самоподготовка к занятиям лекционного типа и занятиям семинарского типа) работу обучающегося.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «Организация и технологии туроператорской деятельности» в предлагаемой методике обучения выступают занятия лекционного и семинарского типа (с использованием интерактивных технологий обучения), а так же самостоятельная работа обучающихся.

Занятия лекционного типа.

Лекция-презентация - это традиционно вузовская учебная лекция, сопровождаемая демонстрационным материалом презентационного характера. Для нее характерны высокий научный уровень, теоретические абстракции, имеющие большое практическое значение. Стиль такой лекции - четкий план, строгая логика, убедительные доказательства, краткие выводы.

Вводная лекция намечает основные проблемы курса в целом или его раздела. В нее включаются «ключевые» вопросы, понимание которых позволяет лучше усвоить материал последующих тем или самостоятельно разобраться в нем.

Лекция-беседа вовлекает аудиторию в совместное размышление над научными истинами. Она предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией.

Лекция с разбором конкретных ситуаций - это по форме та же лекция-дискуссия, однако, на обсуждение преподаватель ставит не вопрос, а конкретную ситуацию.

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС Лист 76
--	---	--------------------------------

Слушатели анализируют и обсуждают ее сообща, всей аудиторией. Преподаватель старается активизировать участие в обсуждении отдельными вопросами, обращенными к отдельным слушателям, выясняет их оценку суждениям коллег, предлагает сопоставить с собственной практикой, «сталкивает» между собой различные мнения и тем развивает дискуссию, стремясь направить ее в нужное русло. Затем, опираясь на правильные высказывания и анализируя неправильные, ненавязчиво, но убедительно подводит аудиторию к коллективному выводу или обобщению.

Лекция-визуализация Чтение лекции-визуализации сводится к связному, развернутому комментированию преподавателем подготовленных визуальных материалов, полностью раскрывающему тему данной лекции. Эти материалы должны обеспечивать систематизацию имеющихся у слушателей знаний, предъявление новой информации, задание проблемных ситуаций и возможные разрешения;

Лекция-конференция проводится как научно-практическое занятие, с заранее поставленной проблемой и системой докладов, длительностью 5-10 минут. Каждое выступление представляет собой логически законченный текст, заранее подготовленный в рамках предложенной преподавателем программы. Совокупность представленных текстов позволит всесторонне осветить проблему. В конце лекции преподаватель подводит итоги самостоятельной работы и выступлений студентов, дополняя или уточняя предложенную информацию, и формулирует основные выводы

Проблемная лекция. На этой лекции новое знание вводится через проблемность вопроса, задачи или ситуации. При этом процесс познания студентов в сотрудничестве и диалоге с преподавателем приближается к исследовательской деятельности. Содержание проблемы раскрывается путем организации поиска ее решения или суммирования и анализа традиционных и современных точек зрения.

На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки. Конспект лекций является базой при подготовке к занятиям семинарского типа, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Изложение лекционного материала рекомендуется проводить в мультимедийной форме (презентаций). Смысловая нагрузка лекции смещается в сторону от изложения теоретического материала к формированию мотивации самостоятельного обучения через постановку проблем обучения и показ путей решения профессиональных проблем в рамках той или иной темы. При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала.

Занятия семинарского типа

Занятия семинарского типа направлены на выполнение студентами, под руководством преподавателя, комплекса учебных заданий направленных на усвоение научно-теоретических основ дисциплины, приобретение практических навыков овладения методами практической работы с применением современных информационных и коммуникационных технологий. Выполнения практической работы студенты производят в письменном виде, в виде презентаций и докладов, а также эссе и рефератов. Отчет предоставляется преподавателю, ведущему данный предмет, в электронном и печатном виде.

Занятия семинарского типа способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов.



При изучении дисциплины используются следующие виды занятий семинарского типа: семинары и практические занятия.

В ходе семинара углубляются, систематизируются и контролируются знания студентов. Дидактические цели семинарских занятий: углубление, систематизация, закрепление знаний, проверка знаний, развитие культуры речи, формирование умения аргументировано отстаивать свою точку зрения, отвечать на вопросы слушателей, выслушивать других, задавать вопросы. Семинарские занятия тесно взаимосвязаны с лекциями. Учебный материал семинаров не дублирует материала, изложенного преподавателем в лекции, но сохраняет тесную связь с его принципиальными положениями.

Виды семинаров

1. Семинар-дискуссия - диалогическое общение участников, в процессе которого через совместное участие обсуждаются и решаются теоретические и практические проблемы курса. На обсуждение выносятся наиболее актуальные проблемные вопросы изучаемой дисциплины. Каждый из участников дискуссии должен научиться точно выражать свои мысли в докладе или выступлении по вопросу, активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию.

2. Семинар-собеседование – разбор предложенных рабочих ситуаций, групповая работа и коллективное обсуждение, в котором участники обмениваются мнениями и предлагают ответы на часто встречающиеся вопросы.

3. Деловая игра - способ обучения через проживание специально смоделированной ситуации, позволяющей раскрыть и закрепить необходимые в работе знания, умения и навыки. Деловая игра – это уникальная возможность выйти за рамки привычного образа действий и выявить потенциал для собственного личностного роста и новые ресурсы для развития бизнеса.

4. Разработка проекта - преподаватель предлагает тему для проекта, придает ей определенный характер по контактам, продолжительности проведения, количеству участников. Определяется тип проекта, проблема, цель и задачи проекта. Обязательно указывается учебный материал по предметам, который предполагается задействовать для решения указанной проблемы, а также каким образом результаты проекта будут оформлены, какую практическую/теоретическую значимость этот проект имеет и в какой области. Также необходимо разработать структуру своего проекта, наметить методы исследования, источники информации, сформулировать гипотезы решения проблемы.

Преподаватель распределяет роли в своей группе, чтобы каждый принял в исследовании, оформлении и обсуждении результатов самое активное участие.

Цель и задачи практических занятий: помочь обучающимся систематизировать, закрепить и углубить знания теоретического характера; научить обучающихся приемам решения практических задач, способствовать овладению навыками и умениями выполнения расчетов, графических и других видов заданий; научить их работать с учебной и научной литературой; формировать умение обучающихся учиться самостоятельно, то есть овладевать методами, способами и приемами самообучения, саморазвития и самоконтроля.

Самостоятельная работа обучающихся.

Целью самостоятельной (внеаудиторной) работы обучающихся является обучение навыкам работы с научно-теоретической, периодической, научно-технической литературой и технической документацией, необходимыми для углубленного изучения дисциплины, а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному

изучению и изложению полученной информации.

Основными задачами самостоятельной работы обучающихся являются:

- овладение фундаментальными знаниями;
- наработка профессиональных навыков;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности

студентов.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине обеспечивает:

- закрепление знаний, полученных студентами в процессе занятий лекционного и семинарского типа;
- формирование навыков работы с периодической, научно-технической литературой и технической документацией;
- приобретение опыта творческой и исследовательской деятельности;
- развитие творческой инициативы, самостоятельности и ответственности

студентов.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

Формы самостоятельной работы

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к лекционным и занятиям семинарского типа соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

Самостоятельная работа студента предусматривает следующие виды работ:

- подготовка рефератов и докладов на заданную тему;
- подготовка презентаций по определенным вопросам;
- изучение научной и научно-методической базы по поставленной проблематике;
- подготовка графического материала по заданной теме.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование доска
Занятия семинарского типа	учебная аудитория, специализированная учебная мебель ТСО: видеопроекционное оборудование/переносное видеопроекционное оборудование доска
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, специализированная учебная мебель, ТСО: видеопроекционное оборудование, автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть "Интернет", доска;

	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И СЕРВИСА»	СМК РГУТИС <i>Лист 79</i>
--	---	--

	Помещение для самостоятельной работы в читальном зале Научно-технической библиотеки университета, специализированная учебная мебель автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», интерактивная доска
--	---