

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цыбиква Балжигт Батзориг
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.09.2024 15:30:53
Уникальный программный ключ:
056af948c3e48c6f3c571e429957a8ae7b757ae8

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Бурятская государственная сельскохозяйственная академия
имени В.Р. Филиппова»**

Экономический факультет

СОГЛАСОВАНО
Заведующий
выпускающей кафедрой
Социально-гуманитарные
науки, реклама и туризм

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического
факультета

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

дисциплины (модуля)

**Б1.О.17 Организация туристской деятельности
Направление подготовки
43.03.02 Туризм**

**Направленность (профиль)
Технология и организация экскурсионных услуг
бакалавр**

Обеспечивающая
преподавание дисциплины
кафедра
Разработчик (и)

Социально-гуманитарные науки, реклама и туризм

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Внутренние эксперты:
Председатель методической
комиссии экономического
факультета

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Заведующий методическим
кабинетом УМУ

подпись

И.О.Фамилия

Улан – Удэ, 2023

ВВЕДЕНИЕ

1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) является обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины (модуля) и представлены в виде оценочных средств.
2. Оценочные материалы является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины (модуля).
3. При помощи оценочных материалов осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины (модуля).
4. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) включает в себя:
 - оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины (модуля).
 - оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО;
 - оценочные средства, применяемые для текущего контроля;
5. Разработчиками оценочных материалов по дисциплине (модулю) являются преподаватели кафедры, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины (модуля), практики в Академии. Содержательной основой для разработки оценочных материалов является Рабочая программа дисциплины (модуля).

1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ
учебной дисциплины (модуля), персональный уровень достижения которых проверяется с
использованием представленных в п. 3 оценочных материалов

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1		2	3	4	5
Общепрофессиональные компетенции					
ОПК-4	способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ИД-1 _{ОПК-4} Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов.	маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	использовать маркетинговые методы в исследовании туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	применения маркетинговых методов в исследовании туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов
		ИД-2 _{ОПК-4} Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	создавать каналы сбыта туристских продуктов и услуг, уметь их продвигать, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

**РЕЕСТР
элементов оценочных материалов по дисциплине (модулю)**

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент
1	2
1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	Перечень экзаменационных вопросов Критерии оценивания
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов (ВАРО)	Перечень заданий для контрольных работ Критерии оценивания Шкала оценивания
3. Средства для текущего контроля	Комплект заданий для практических работ Критерии оценивания Шкала оценивания
	Комплект кейс заданий Критерии оценивания Шкала оценивания
	Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов Критерии оценивания Шкала оценивания
	Комплект заданий для самостоятельной работы обучающихся Критерии оценивания Шкала оценивания
	Комплект тестовых заданий Критерии оценивания Шкала оценивания

3. Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций в рамках дисциплины (модуля)

Код и название компетенции	Код индикатора достижений компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				2	3	4	5	
				Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»	
				Характеристика сформированности компетенции				
			Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач		
Критерии оценивания								
ОПК-4 способен осуществлять исследование туристского рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ИД-1ОПК-4	Полнота знаний	Знает маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов.	не знает и не понимает маркетинговые методы исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов.	знает фрагментарно маркетинговые методы исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов.	знает в целом, маркетинговые методы исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	знает в совершенстве маркетинговые методы исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Перечень экзаменационных вопросов Перечень заданий для контрольных работ Комплект заданий для практических работ Комплект кейс заданий Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов Комплект заданий для самостоятельной работы обучающихся Комплект тестовых заданий
		Наличие умений	Умеет использовать маркетинговые методы исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	не умеет использовать маркетинговые методы исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	умеет в некоторой степени использовать маркетинговые методы исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	умеет в общем, использовать маркетинговые методы исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	умеет уверенно использовать маркетинговые методы исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	

			маршрутов				
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками применения маркетинговых методов исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	не владеет навыками применения маркетинговых методов исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	владеет частично навыками применения маркетинговых методов исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	владеет достаточно навыками применения маркетинговых методов исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	владеет в полной мере навыками применения маркетинговых методов исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов
	ИД-10пк-4	Полнота знаний	Знает основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	не знает и не понимает основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	знает фрагментарно основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	знает в целом, основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	знает в совершенстве основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
		Наличие умений	Умеет формировать каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	не умеет формировать каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	умеет в некоторой степени формировать каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	умеет в общем, формировать каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	умеет уверенно формировать каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	не владеет навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	владеет частично навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	владеет достаточно навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	владеет в полной мере навыками формирования каналов сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

			ионной сети Интернет.		сети Интернет.			
		Наличие навыков (владение опытом)	Знает основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	не знает и не понимает основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	знает фрагментарно основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	знает в целом, основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	знает в совершенстве основные каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	

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

4.1. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

4.1.1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины

Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины: Б1.О.17 Организация туристской деятельности	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА»	
Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины (модуля)	
1	2
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей обучения по данной дисциплине, изложенных в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	экзамен
Место экзамена в графике учебного процесса:	1) подготовка к экзамену и сдача экзамена осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на экзаменационную сессию для обучающихся, сроки которой устанавливаются приказом по академии 2) дата, время и место проведения экзамена определяется графиком сдачи экзаменов, утверждаемым деканом факультета (директором института)
Форма экзамена -	Устный
Процедура проведения экзамена -	представлена в оценочных материалах по дисциплине
Экзаменационная программа по учебной дисциплине:	1) представлена в оценочных материалах по дисциплине 2) охватывает разделы (в соответствии с п. 4.1 настоящего документа)
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	представлены в оценочных материалах по дисциплине
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	

Перечень экзаменационных вопросов

1. Определение туриста. Цели, функции и задачи туризма (ОПК-4)
2. Путешествие и туризм: разграничение понятий. Концептуальные рамки туризма (ОПК-4)
3. Туризм как рынок (ОПК-4)
4. Турист как субъект туризма. Классификация путешествующих лиц (ОПК-4)
5. Основные формы и категории туризма (ОПК-4)
6. Виды туризма (ОПК-4)
7. Таймшер и его сервисное обслуживание (ОПК-4)
8. Современное состояние туризма в Российской Федерации. Факторы и перспективы развития туризма в РФ (ОПК-4)
9. Структура управления туризмом в Российской Федерации (ОПК-4)
10. Нормативно-правовая база туризма в РФ. Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (характеристика) и новые законопроекты о туризме (ОПК-4)
11. Понятие туристского рынка. Субъекты туристского рынка (ОПК-4)
12. Сегментирование туристского рынка, типы туристов (ОПК-4)
13. Туристский спрос. Виды спроса. Факторы, влияющие на туристский спрос (ОПК-4)
14. Международный туризм и его значение. Сезонность в туризме (ОПК-4)
15. Туристский продукт: услуги, работы, товары. Специфика туристской услуги (ОПК-4)
16. Турпродукт как результат агентско-операторского производства. Пакет услуг и классы обслуживания в туристическом бизнесе (ОПК-4)
17. Тур, туристский маршрут и его разновидности (ОПК-4)
18. Создание, продвижение и реализация турпродукта (ОПК-4)
19. Туристские ресурсы (ОПК-4)
20. Туристский интерес. Объекты туристского интереса (ОПК-4)
21. Определение туристской индустрии. Составляющие туристской индустрии (ОПК-4)
22. Организаторы туризма: туроператор, туристское агентство. Технологии взаимоотношений туроператора с турагентами (ОПК-4)
23. Туристские предприятия и их формы (ОПК-4)
24. Понятие и функции туроператора. Классификация и виды туроператоров (ОПК-4)
25. Особенности и процедуры агентского бизнеса (ОПК-4)
26. Выбор организационно-правовой формы туристского (ОПК-4) предприятия (ОПК-4)

- Офис и персонал туристского предприятия
27. Средства размещения. Классификация гостиниц (ОПК-4)
 28. Индустрия питания туристов (ОПК-4)
 29. Транспортная составляющая турбизнеса (ОПК-4)
 30. Организация авиаперевозок. Чартерные рейсы (ОПК-4)
 31. Специфика автобусных туров (ОПК-4)
 32. Индустрия досуга и развлечений. Туристская анимация (ОПК-4)
 34. Понятие и виды туристских формальностей (ОПК-4)
 35. Паспортные формальности. Требования к оформлению загранпаспорта (ОПК-4)
 36. Визовые формальности. Вид виз. Шенгенское соглашение (ОПК-4)
 37. Таможенные формальности. Таможенная декларация (ОПК-4)
 38. Санитарно-эпидемиологические формальности (ОПК-4)
 39. Валютные формальности (ОПК-4)
 40. Порядок ввоза-вывоза флоры и фауны(ОПК-4)
 41. Виды страхования в туризме (ОПК-4)
 42. Имущественное страхование в туризме (ОПК-4)
 43. Личное страхование туристов. Компенсационная и сервисная схема обслуживания (ОПК-4)
 44. Страхование ответственности в турбизнесе (ОПК-4)
 45. Финансовое обеспечение и страхование ответственности туроператора(ОПК-4)

4.1.2. Средства

для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО

4.1.2.3 Перечень заданий для контрольных работ обучающихся заочной формы обучения

1. Индустрия туризма, понятие и перспективы развития
2. Туристская деятельность: определение, особенности
3. Определение понятия «туризм»
4. Основные факторы развития современного туризма
5. Определение субъектов туристской деятельности
6. Туристские ресурсы, их характеристика
7. Туристский ваучер, характеристика. Назначение
8. Основные понятия в гостиничной индустрии
9. Паспортные и визовые формальности
10. Характеристика видов туризма
11. Туруслуга, понятие
12. Турпродукт, понятие и содержание
13. Основные туристские регионы мира
14. Путешествия и туризм: сходства и различия
15. Основные туристские категории и их применение в практической деятельности турфирм
16. Характеристика рынка туристских услуг
17. Туристская инфраструктура, ее компоненты
18. Рекомендации ЮНВТО в области туристских формальностей
19. Факторы, благоприятствующие и препятствующие развитию туризма в РФ
20. Ресурсы и материальная база туризма
21. Факторы развития туризма
22. Задачи государственной политики в сфере туризма
23. Рекреационное районирование России
24. Услуги оказываемые туроператором и турагентом

Критерии оценивания

- полнота раскрытия темы;
- правильность формулировки и использования понятий и категорий;
- правильность выполнения заданий
- аккуратность оформления работы

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
8-10 баллов «отлично»	Полное раскрытие темы, указание точных названий и определений, правильная формулировка понятий и категорий, приведены все необходимые формулы, соответствующая статистика и т.п., все задания выполнены верно (все задачи решены правильно), работа выполнена аккуратно, без помарок.

6-7 баллов «хорошо»	Недостаточно полное раскрытие темы, одна-две несущественные ошибки в определении понятий и категорий, в формулах, статистических данных и т. п., кардинально не меняющие суть изложения, наличие незначительного количества грамматических и стилистических ошибок, одна-две несущественные погрешности при выполнении заданий или в решениях задач. Работа выполнена аккуратно.
4-5 баллов «удовлетворительно»	Ответ отражает лишь общее направление изложения лекционного материала, наличие более двух несущественных или одной-двух существенных ошибок в определении понятий и категорий, формулах, статистических данных и т. п.; большое количество грамматических и стилистических ошибок, одна-две существенные ошибки при выполнении заданий или в решениях задач. Работа выполнена небрежно.
менее 4 баллов «неудовлетворительно»	Обучающийся демонстрирует слабое понимание программного материала. Тема не раскрыта, более двух существенных ошибок в определении понятий и категорий, в формулах, статистических данных, при выполнении заданий или в решениях задач, наличие грамматических и стилистических ошибок и др. Нет ответа. Не было попытки выполнить задание.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

5.1. Критерии оценки к экзамену

Оценка «отлично» (86-100 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему систематические и глубокие знания учебно-программного материала, умения свободно выполнять задания, предусмотренные программой в типовой ситуации (с ограничением времени) и в нетиповой ситуации, знакомство с основной и дополнительной литературой, усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины в их значении приобретаемой специальности и проявившему творческие способности и самостоятельность в приобретении знаний. Студент исчерпывающим образом ответил на вопросы экзаменационного билета. Задача решена правильно, студент способен обосновать выбранный способ и пояснить ход решения задачи.

Оценка «хорошо» (71-85 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешное выполнение заданий, предусмотренных программой в типовой ситуации (с ограничением времени), усвоение материалов основной литературы, рекомендованной в программе, способность к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей работы над литературой и в профессиональной деятельности. При ответе на вопросы экзаменационного билета студентом допущены несущественные ошибки. Задача решена правильно или ее решение содержало несущественную ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора.

Оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, достаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, знакомство с основной литературой, рекомендованной программой, умение выполнять задания, предусмотренные программой. При ответе на экзаменационные вопросы и при выполнении экзаменационных заданий обучающийся допускает погрешности, но обладает необходимыми знаниями для устранения ошибок под руководством преподавателя. Решение задачи содержит ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора.

Оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, слабые побуждения к самостоятельной работе над рекомендованной основной литературой. Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании академии без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

6. Оценочные материалы для организации текущего контроля успеваемости обучающихся

Комплект практических заданий

Тема. Туроператорская и турагентская деятельность по организации туризма

Задание 1. Используя дополнительную литературу, определить особенности взаимодействия туроператоров и посредников, заполнить таблицу.

Виды каналов сбыта Особенности взаимодействия	Особенности взаимодействия	Плюсы (для туроператора)	Минусы (для туроператора)
Собственный отдел сбыта			
Собственная сбытовая сеть			

Независимые агентства			
Франчайзинговая сеть			
Ритейловые агентства			
Эксклюзивные агентства			
Электронная коммерция			

Тема. Основные виды и тенденции развития туризма

Задание 2. Проведите анализ текущего состояния, тенденций и перспектив развития отдельного вида туризма на примере международной или российской дестинации.

Виды туризма: 1) гастрономический 2) событийный 3) экологический 4) деловой 5) этнический 6) лечебно-оздоровительный 7) экстремальный

Дестинация: Любая как по масштабам, так и по расположению

Индикативные, рекомендуемые разделы проекта:

- 1) Ресурсная база выбранного вида туризма: анализ первичных и вторичных туристских ресурсов
- 2) Ключевые объекты и аттракции по данному виду туризма
- 3) Тематические маршруты по выбранному виду туризма
- 4) Характеристика потребителей данного вида туризма (потoki, мотивация и т.п.)
- 5) Взаимосвязь с другими (смежными) видами туризма
- 6) Транспортное обеспечение выбранного вида туризма
- 7) Продвижение данного вида туризма в стране и за рубежом
- 8) Обеспеченность изучаемого вида туризма общими и специализированными средствами коллективного размещения, насколько удачно взаимодополнение

Примерный объем: 4-5 страниц

экскурсоводы.

Критерии оценивания:

- правильность выполнения задания на практическую работу в соответствии с вариантом;
- степень усвоения теоретического материала по теме практической работы;
- способность продемонстрировать преподавателю навыки работы в инструментальной программной среде, а также применить их к решению типовых задач, отличных от варианта задания;
- качество подготовки отчета по практической работе;
- правильность и полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнены все задания практической работы, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы
85-71 балла «хорошо»	Выполнены все задания практической работы; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями
70-56 баллов «удовлетворительно»	Выполнены все задания практической работы с замечаниями; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями
менее 55 баллов «неудовлетворительно»	Обучающийся не выполнил или выполнил неправильно задания практической работы; обучающийся ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы

Комплект заданий кейсов

Тема. Туроператорская и турагентская деятельность по организации туризма

Задание 1. Прочитайте материалы, добавьте другие способы повышения эффективности турфирм в социальных сетях. «4 причины, из-за которых Ваше турагентство не получает результатов в социальных сетях» Причина №1: полное отсутствие системного подхода. Что необходимо: жестко контролируемый системный подход. Необходимо сначала задать себе несколько ключевых вопросов: что именно мы хотим получить от работы с социалками? что мы для этого должны делать и с какой периодичностью? кто именно будет это делать? и как мы этого “кто” будем контролировать? Вот какие ответы на эти вопросы мы наработали с нашими клиентами- турагентствами, которые у нас в консалтинге: 1) нам нужно, чтобы в результате наших действий, клиенты оставляли заявки на подбор туров, а также «лайкали» наши посты и «делились» ими (про то, как именно оцифровывать эти цели мы расскажем ниже), а еще мы должны ежедневно увеличивать количество подписчиков 2) ежедневно работник агентства (который занимается социалками) должен выполнять перечень действий, перечисленных в «чек-листе ежедневной работы с соцсетями» и постить контент, описанный в «циклическом контент- календаре». Почему «чек-лист» и «контент-календарь» решают проблему? Во-первых, после их внедрения все четко понимают что именно, когда именно и как именно нужно делать. Во-вторых, с их помощью очень просто контролировать процесс — больше ничего не забывается. Причина №2: непонимание реальных возможностей коммуникаций с клиентами в социальных сетях и отсутствие навыка «вытаскивания клиента в оффлайн». КАК НАДО: запретить

менеджерам «продавать в социалках» и научить их «вытаскивать клиента в оффлайн» Социальные сети нужны турагентству для того, чтобы: 1) получить подписчиков, которые являются нашими потенциальными клиентами; 2.) постить такие сообщения, которые стимулируют их оставить заявку на подбор тура (о том, как это делать, мы расскажем ниже); 3. взять контакты у тех, кто оставил нам заявку (или написал нам «в личку»). Причина №3: работники агентства даже не знают о том, что такое «активное «стимулирование роста количества заявок»...и, естественно, не занимаются им что необходимо: запустить в агентстве процесс «активного «стимулирования роста количества заявок». Для того чтобы Ваше ТА получало больше заявок, работникам агентства нужно как-то получить перечень людей (и их контакты), которые в ближайшем будущем планируют отправиться отдыхать. Как же это сделать, если эти люди не оставляют Вам (сами) заявку на подбор тура? Мы нашли и отработали четыре технологии, благодаря которым можно перестать ждать, когда подписчики сами оставят заявку на подбор тура: перехват заявок на подбор тура (оставленных в соцсетях) у Ваших конкурентов; получение полного перечня всех заявок, оставленных в группах (в соцсетях) турагентств Вашего города (при помощи специального программного обеспечения); получение полного перечня профилей (в социальных сетях) тех людей, которые посетили сайт Вашего турагентства (при помощи специального программного инструмента); получение заявок на подбор тура от тех, кого Вы недавно добавили в группу Вашего турагентства; Причина №4: никаких целей, никаких плановых показателей и никакой аналитики достигнутого КАК НАДО: определить конкретные цели (и плановые показатели (KPI)) и регулярно проводить анализ достигнутого с теми, кто в агентстве занимается работой с соцсетями. Рассчитывать на качественный результат любого процесса можно только тогда, когда все люди, в этот процесс вовлеченные, понимают: а) что именно нужно достичь (цели), б. как замерять достигнуты эти цели, или нет (плановые показатели (KPI)), в. каков реальный прогресс по процессу (и что нужно сделать, чтобы стало еще лучше).

Тема. Основные виды и тенденции развития туризма

Задание 2. По прогнозам ВТО, в первую десятку по количеству принимаемых международных туристов войдут страны, указанные в табл. 1.

Таблица 1
Первая десятка стран по количеству прибытий
международных туристов в 2020 г. (прогноз ВТО)

Страна прибытия	Количество прибытий международных туристов, млн чел.	Доля в мировом туризме, %	Ежегодный рост, %
Китай	137,1	8,6	8,01
США	102,4	6,4	3,5
Франция	93,3	5,8	1,8
Испания	71,0	4,4	2,4
Гонконг	59,3	3,7	7,3
Италия	52,9	3,3	2,2
Великобритания	52,8	3,3	3,0
Мексика	48,9	3,1	3,6
Россия	47,1	2,9	6,7
Чехия	44,0	2,7	4,0
Всего	708,8	44,2	–

Из приведенных оценок можно сделать вывод, что тенденция поступательного развития международного туризма способна стать достаточно благоприятной основой для развития иностранного въездного туризма в РФ. Однако для этого необходимо принять энергичные меры для продвижения российского турпродукта на рынке международного туризма.

Ниже приводятся данные ВТО за 2000 г. по распределению туристских потоков между регионами (табл. 2). Крупнейшим участником международного туристского обмена является Европа. За ней следуют Америка и страны Юго-Восточной Азии и Тихоокеанского региона.

Количество прибытий международных туристов по регионам мира

Регион	Количество прибытий	
	Млн чел.	Доля, %
Европа	403,3	57,8
Америка	130,2	18,6
Юго-Восточная Азия и Тихоокеанский регион	111,7	16,0
Африка	26,9	3,8
Ближний Восток	20,0	2,9
Южная Азия	6,3	0,9
Всего	698	100

Анализируя факторы, влияющие на формирование структуры регионального туризма, следует выделить особую роль внутрирегиональных и межрегиональных поездок.

Доминирующее положение Европы в международном туризме обусловливается тем, что почти 85% ее туризма обеспечивается за счет туристского обмена между европейскими странами. И только 15% составляют прибытия из других регионов.

Тесные экономические, культурные и этнические связи, географическая близость, развитая сеть транспортных коммуникаций, уникальные туристские ресурсы, высокоразвитая туристская индустрия, безвизовый режим путешествий – все это способствует развитию международного туризма в Европе.

Внутрирегиональный туризм также играет большую роль в Американском регионе: на его долю приходится почти 75% международного туризма. В основном это туристский обмен между США, Канадой и Мексикой.

Азия, Африка и Ближний Восток до недавнего времени играли незначительную роль. Но они постепенно наращивают темпы, и их доля в международном туризме с каждым годом увеличивается. В то же время доля Европы и Америки уменьшается. Это объясняется тем, что многие страны Азии, Африки, Ближнего Востока стали проводить активную политику по привлечению значительных масс туристов из других регионов.

Тем не менее Европа, Америка, а также некоторые страны Азии по-прежнему остаются основными генераторами международного туризма.

Практически это означает, что при выборе зарубежного рынка российским турфирмам следует в первую очередь уделять внимание изучению потенциала турпоездки из Европы, Америки и Азии. Однако наибольший интерес представляет анализ туристских рынков отдельно взятых стран.

В соответствии с принятой методикой все страны, участвующие в международном туристском обмене, разделяются на страны активного и пассивного туризма. К странам активного туризма относят такие, в которых количество прибытий иностранцев превышает количество выездов граждан этих стран за границу. К странам пассивного туризма относятся страны, где количество выездов граждан этих стран превышает количество прибытий иностранцев.

Наконец, следует упомянуть и о таких понятиях, как активный и пассивный туристский платежный баланс, положительное и отрицательное сальдо туристского платежного баланса (табл. 3).

Таблица 3
Туристский платежный баланс отдельных европейских стран
за 2000 г. (млрд долл.)

Страна	Доходы	Расход ы	Сальдо «+», «-»
США	71,3	56,1	+ 15,2
Франция	29,9	17,8	+ 12,1
Италия	29,8	17,6	+ 12,2
Великобритания	21,0	32,3	-11,3
Германия	16,4	46,9	-30,5
Китай	12,6	9,2	+3,4
Австрия	11,2	9,5	+ 1,7
Канада	9,4	10,8	-1,4
Швейцария	7,8	7,1	+0,7
Нидерланды	6,8	11,2	-4,4

Состояние туристского платежного баланса имеет большое значение для экономики любой страны, поэтому все государства стремятся в силу своих возможностей добиться положительного сальдо. Иногда туристская политика имеет цель всемерно содействовать привлечению иностранных путешественников и в то же время по возможности ограничивать поездки своих граждан за границу.

В табл. 4 дан прогноз ВТО на 2020 г. относительно количества выездов международных туристов из стран основных поставщиков.

Таблица 4
Первая десятка стран по количеству выездов
международных туристов в 2020 г. (прогноз ВТО)

Страна выезда	Количество выездов, млн	Доля в общем количестве выездов, %
Германия	163,5	10,2
Япония	141,5	8,8
США	123,5	7,7
Китай	100,0	6,2
Великобритания	96,1	6,0
Франция	37,6	2,3
Нидерланды	35,4	2,2
Канада	31,3	2,0

Россия	30,5	1,9
Италия	29,7	1,9

Главную роль в создании рынка выездного туризма играют, как показывает статистика, Германия, Япония, США, Великобритания, Италия, Франция, Швеция. Они и в перспективе останутся основными поставщиками туристов.

1. Проанализируйте динамику количества международных посетителей и валютных поступлений от международного туризма во всех странах мира.
2. Каковы перспективы развития международного туризма на период до 2020 г.?
3. Какова роль отдельных регионов, в частности России, в его развитии?
4. Назовите потенциальные рынки (страны) массового въездного туризма в РФ.

Критерии оценивания:

- качество усвоения информации;
- выступление;
- содержание вопроса;
- качество ответов на вопросы;
- значимость дополнений, возражений, предложений;
- активность;
- правильное применение профессиональной лексики.

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Участник решения кейс задания продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы; теоретические положения изложены с использованием профессиональной лексики; ответы и выступления четкие и краткие, логически последовательные; активное участие в деловой игре
85-71 балла «хорошо»	Участник решения кейс задания продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы; теоретические положения изложены с использованием профессиональной лексики с незначительными ошибками; ответы и выступления в основном краткие, но не всегда четкие и логически последовательные; участие в деловой игре
70-56 баллов «удовлетворительно»	Участник решения кейс задания продемонстрировал понимание сути поставленной проблемы; теоретические положения изложены со слабым использованием профессиональной лексики; ответы и выступления многословные, нечеткие и без должной логической последовательности; пассивное участие в деловой игре
менее 55 баллов «неудовлетворительно»	Участник решения кейс задания продемонстрировал затруднения в понимании сути поставленной проблемы; отсутствие необходимых знаний и умений для решения проблемы; затруднения в построении самостоятельных высказываний; обучающийся практически не принимает участия в игре

Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов

Тема. Предмет организации туристской деятельности

1. Туристская деятельность: определение, особенности
2. Определение субъектов туристской деятельности
3. Социально-экономические факторы организации туризма
4. Место предмета организации туристической деятельности в системе наук
5. Роль туризма в мировой экономике

Тема. Туроператорская и турагентская деятельность по организации туризма

1. Основные условия осуществления организацией туроператорской и турагентской деятельности

2. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров.
3. Основные технологии операторского бизнеса. Особенности и процедуры агентского бизнеса
4. Формы сотрудничества туроператоров с поставщиками услуг
5. Технологии взаимоотношений туроператора с турагентами

Тема. Теоретические основы формирования, продвижения и реализации туристского продукта

1. Мероприятия по продвижению турпродукта
2. Стимулирование сбыта
3. Инновационные каналы и методы сбыта туристских продуктов и услуг
4. Особенности реализации и продвижения туров во: въездном, выездном и внутреннем туризме

Тема. Услуги в туристской индустрии

1. Турпродукт как комплекс туристских услуг
2. Туристское проектирование услуг

3. Технология организации основных и дополнительных услуг

4. Свойства туристских услуг

Тема. Безопасность в туризме

1. Туристские риски

2. Общие подходы по обеспечению личной безопасности туристов

3. «Безопасные» и «небезопасные» туристские дестинации

4. Специфика мер по обеспечению безопасности туристов в разных видах туризма

Тема. Основные виды и тенденции развития туризма

1. Внутренний и международный туризм

2. Плановый и самодеятельный туризм

3. Индивидуальный туризм. Социальный туризм

4. Состояние и тенденции развития туристской индустрии

Тема. Нормативно-правовое регулирование качества туристских и гостиничных услуг

1. Классифицируемые объекты в сфере туризма

2. Отечественный стандарт для сферы туризма

3. Номенклатура показателей качества услуг

5. Государственная политика в развитии туристского бизнеса. Виды туристских предприятий.

Туристское предприятие как хозяйствующий субъект.

Тема. Визовые и таможенные формальности в международном туризме

1. Рекомендации ЮНВТО в области туристских формальностей

2. Общие вопросы нормативно-правового обеспечения международных туристских прибытий и статуса иностранного туриста в стране пребывания

3. Туристские формальности при пересечении границ

4. Визовый и безвизовый въезд иностранных граждан на территорию Российской Федерации

5. Права и обязанности туриста. Качество туристских услуг

Критерии оценивания:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

– полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);

– сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);

– логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);

– использование дополнительного материала;

– рациональность использования времени, отведенного на задание.

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Обучающийся полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
71-85 баллов «хорошо»	Обучающийся достаточно полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно. Допускает 1-2 ошибки, исправленные с помощью наводящих вопросов.
56-70 баллов «удовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
менее 56 баллов	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание (вопрос), допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Комплект заданий для самостоятельной работы обучающихся

Задание 1. Изучить вопросы для подготовки к занятиям

Тема. Предмет организации туристской деятельности

1. Основные положения международного и российского законодательства в области осуществления туристской деятельности

2. Основные понятия, связанные с туристской деятельностью

3. Основные функции государственного, регионального и муниципального регулирования туристской деятельности на международном и национальном уровнях
 4. Основные виды туристской деятельности
 5. Особенности организации отдельных видов туризма
 6. Понятие туристского рынка: структура, ключевые направления развития. Роль конкуренции в развитии туристских рынков.
- Тема. Туроператорская и турагентская деятельность по организации туризма
1. Основные особенности различных технологий в туризме: гостиничной, туроператорской, турагентской, экскурсионной деятельности
 2. Принципы взаимоотношений туроператора с агентами, работающими по рисковому/безрисковому схемам.
 3. Функции турагентов и их классификация.
 4. Стратегии создания агентских сетей.
 5. Способы стимулирования агентских сетей.
 6. Мотивационные программы для турагентов от туроператора
- Тема. Теоретические основы формирования, продвижения и реализации туристского продукта
1. Общая характеристика технологических процессов формирования, продвижения и предоставления услуг туристской индустрии
 2. PR-акции как инструмент продвижения туров
 3. Методы стимулирования потребителей
 4. Продвижение тур-продукта с помощью рекламы
- Тема. Услуги в туристской индустрии
1. Принципы проектирования услуг в туризме
 2. Процесс оказания услуги
 3. Деятельность международной организации ИСО по стандартизации услуг
 4. Организация и технологии оказания туристских услуг
 5. Организация и технологии обслуживания на объектах туристской инфраструктуры
 6. Классы туристского обслуживания
4. Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации
- Тема. Безопасность в туризме
1. Исторические аспекты безопасности в туризме
 2. Угрозы безопасности туризма и источники опасности
 3. Правовая основа безопасности туризма
 4. Понятие, содержание и виды режимов обеспечения безопасности туризма
 5. Международные стандарты обеспечения безопасности туризма
 6. Формы обеспечения безопасности туризма
- Тема. Основные виды и тенденции развития туризма
1. Основные особенности видов туризма
 2. Тенденции развития отдельных видов туризма
 3. Технологии и организация обслуживания в различных видах туризма
 4. Природоориентированные виды туризма
 5. Виды туризма культурно-познавательной направленности
 6. Специальные виды туризма
- Тема. Нормативно-правовое регулирование туристской деятельности в РФ
1. Международные соглашения (декларации, хартии, двусторонние и многосторонние договоры) в системе регламентирования туризма
 2. Сущность правового регулирования туристской деятельности
 3. Национальное законодательство в туризме
 4. Роль законов и других нормативных актов, регулирующих предпринимательскую деятельность, сферу культуры, спорта и образования, для развития туризма
- Тема. Визовые и таможенные формальности в международном туризме
1. Классификация туристских формальностей
 2. Паспортные и визовые формальности
 3. Унификация таможенных формальностей
 4. Интеграция формальностей пересечения границ
- Задание 2. Самостоятельно изучить вопросы по темам дисциплины и составить конспекты
- Тема. Предмет организации туристской деятельности
1. Туристская деятельность: определение, особенности
 2. Определение субъектов туристской деятельности
 3. Социально-экономические факторы организации туризма
 4. Место предмета организации туристической деятельности в системе наук

5. Роль туризма в мировой экономике

Тема. Туроператорская и турагентская деятельность по организации туризма

1. Основные условия осуществления организацией туроператорской и турагентской деятельности

2. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров.
3. Основные технологии операторского бизнеса. Особенности и процедуры агентского бизнеса
4. Формы сотрудничества туроператоров с поставщиками услуг
5. Технологии взаимоотношений туроператора с турагентами

Тема. Теоретические основы формирования, продвижения и реализации туристского продукта

1. Мероприятия по продвижению турпродукта
2. Стимулирование сбыта
3. Инновационные каналы и методы сбыта туристских продуктов и услуг
4. Особенности реализации и продвижения туров во: въездном, выездном и внутреннем

туризме

Тема. Услуги в туристской индустрии

1. Турпродукт как комплекс туристских услуг
2. Туристское проектирование услуг
3. Технология организации основных и дополнительных услуг
4. Свойства туристских услуг

Тема. Безопасность в туризме

1. Туристские риски
2. Общие подходы по обеспечению личной безопасности туристов
3. «Безопасные» и «небезопасные» туристские дестинации
4. Специфика мер по обеспечению безопасности туристов в разных видах туризма

Тема. Основные виды и тенденции развития туризма

1. Внутренний и международный туризм
2. Плановый и самодетельный туризм
3. Индивидуальный туризм. Социальный туризм
4. Состояние и тенденции развития туристской индустрии

Тема. Нормативно-правовое регулирование качества туристских и гостиничных услуг

1. Классифицируемые объекты в сфере туризма
2. Отечественный стандарт для сферы туризма
3. Номенклатура показателей качества услуг
5. Государственная политика в развитии туристского бизнеса. Виды туристских предприятий.

Туристское предприятие как хозяйствующий субъект.

Тема. Визовые и таможенные формальности в международном туризме

1. Рекомендации ЮНВТО в области туристских формальностей
2. Общие вопросы нормативно-правового обеспечения международных туристских прибытий и статуса иностранного туриста в стране пребывания
3. Туристские формальности при пересечении границ
4. Визовый и безвизовый въезд иностранных граждан на территорию Российской Федерации
5. Права и обязанности туриста. Качество туристских услуг

Критерии оценивания:

- полнота раскрытия изучаемых вопросов для подготовки к занятиям;
- полнота раскрытия самостоятельно изучаемых вопросов;
- правильность формулировки и использования понятий и категорий.

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнены все задания самостоятельной работы, обучающийся четко и без ошибок ответил на все вопросы, изученные самостоятельно
85-71 балла «хорошо»	Выполнены все задания самостоятельной работы; обучающийся ответил на все вопросы, изученные самостоятельно, с замечаниями
70-56 баллов «удовлетворительно»	Выполнены все задания самостоятельной работы с замечаниями; обучающийся ответил на все вопросы, изученные самостоятельно, с замечаниями
менее 55 баллов «неудовлетворительно»	Обучающийся не выполнил или выполнил неправильно задания самостоятельной работы; обучающийся ответил на вопросы, изученные самостоятельно, с ошибками или не ответил на вопросы

Комплект тестовых заданий

1. Какие услуги обязательно входят в туристский продукт?
а) перевозка

- б) размещение
 - в) питание
 - г) экскурсионные
 - д) страхование
2. При организации туров на автомобилях ночевки планируются:
- а) обязательно в гостиницах
 - б) обязательно в стационарном жилье
 - в) обязательно в палатках
 - г) в зависимости от условий на маршруте
3. Экскурсионные услуги включают в себя
- а) услуги по разработке и продвижению туров
 - б) услуги по организации и проведению экскурсий
 - в) услуги по организации питания
 - г) услуги экскурсовода
 - д) услуги гида-переводчика
 - е) услуги сопровождающего
4. Безопасность в туризме – это:
- а) личная неприкосновенность туристов;
 - б) безопасность принимающих государств и туристов;
 - в) экологическая безопасность и безопасность туристских фирм;
 - г) личная безопасность туристов и их имущества, безопасность туристских фирм, принимающих государств и экологическая безопасность
5. Что относится к туроператорской деятельности в России?
- а) продвижение турпродукта;
 - б) формирование турпродукта;
 - в) реализация турпродукта;
 - г) иная деятельность.
6. Что не относится к экономическим функциям туризма:
- а) создание новых рабочих мест
 - б) снижение инфляции
 - в) развитие местной инфраструктуры
 - г) увеличение валютных поступлений
7. Составными частями комплекса маркетинга являются:
- а) поставщики, посредники, конкуренты, контактные аудитории;
 - б) сбыт, методы стимулирования, реклама;
 - в) товар, цена, сбыт товаров, продвижение товаров;
 - г) анализ рыночных возможностей, сегментирование рынка и позиционирование товара, реализация маркетинговых мероприятий
8. Техническое обеспечение - это
- а) совокупность методов и средств, регламентирующих взаимодействие работников с техническими средствами и между собой в процессе разработки и эксплуатации информационной системы
 - б) комплекс технических средств, предназначенных для работы информационной системы, а также в) соответствующая документация на эти средства и технологические процессы
 - в) совокупность единой классификации и кодирования информации, унифицированных систем документации, схем информационных потоков
 - г) регламент т технического обеспечения деятельности турпредприятия
9. Электронный бизнес позволяет туристским компаниям...
- а) Укреплять связи с партнерами.
 - б) Добиваться стратегического превосходства над конкурентами.
 - в) Адаптироваться к изменениям внешней среды.
 - г) Влиять на партнеров.
 - д) Все ответы верны.
10. Социальный туризм - это путешествия:
- а) членов многодетных семей и инвалидов;
 - б) лиц третьего возраста (пенсионеров);
 - в) субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды
 - г) все ответы верны
11. Стратегия дифференциации особенно успешна:
- а) в условиях массового спроса;
 - б) когда многие покупатели заинтересованы в особых характеристиках товара;
 - в) когда предпочтения покупателей сильно отличаются в зависимости от половозрастной принадлежности;
 - г) когда дифференциация рыночных ниш сочетается с высокой эластичностью спроса по доходу.

12. В чем состоят основные различия между стратегическим управлением на коммерческом предприятии и в государственном учреждении?

- а) на коммерческом предприятии можно организовать стратегическое управление, а в государственном учреждении — нельзя;
- б) на коммерческом предприятии есть миссия, а в государственном учреждении ее нет;
- в) различий нет;
- г) имеются различия в способах формирования миссии и целей, в способах мониторинга и контроля, в характере ответственности, в способах оценки деятельности

13. Максимальное время проведения экскурсии

- 5. 2 часа.
- 6. 3 часа.
- 7. Более 24 часов.
- 8. 24 часа.

14. К предпосылкам развития массового туризма не относится:

- А) растущее благосостояние общества
- Б) возникновение экономических кризисов
- В) сокращение рабочего времени и увеличение рабочего времени
- Г) появление сначала неоплачиваемых, а затем оплачиваемых отпусков
- Д) научно-технический прогресс, способствующий не только развитию транспорта, но и его удешевлению

15. Вид туризма, развитие которого является капиталоемким:

- а) въездного;
- б) выездного
- в) внутреннего
- г) пассивного
- д) релаксационного

16. Турагентская деятельность предполагает:

- а) деятельность фирмы по формированию, продвижению и реализации своих туристских продуктов
- б) деятельность фирм по продвижению и реализации туристских продуктов
- в) деятельность фирм, имеющих лицензию на данный вид деятельности по формированию продуктов
- г) предпринимательская деятельность по организации посещений гражданами туристских ресурсов с познавательными целями в стране временного пребывания
- д) деятельность фирм по формированию туристских продуктов.

Раздел 2. Специфика и состав туристской индустрии

17. Деятельность фирм по формированию, продвижению и реализации своих туристских продуктов относится к:

- а) экскурсионной деятельности
- б) туристской агентской деятельности
- в) гостиницы и туристские фирмы
- г) транспорт, гостиницы, туристские фирмы, рестораны, коммуникации
- д) туристской операторской деятельности

18. Основные отличия туриста от экскурсанта:

- а) в организации посещения другой местности;
- б) в целях путешествия;
- в) в длительности путешествия.

19. Развитие делового туризма в России преимущественно сопряжено с процессами:

- а) строительства объектов (зданий, строений) для проведения выставок, конгрессов, бизнес-инкубаторов и т.д.
- б) востребованностью музеев и экскурсионных объектов
- в) максимальному заполнению средств размещения
- г) оттоку денежных средств из дестинации

20. Основным направлением экскурсионных туров на российском рынке выездного туризма является:

- а) Северная Америка
- б) Южная Америка
- в) Европа
- г) Азия
- д) Африка

21. Нормативно-правовую базу стандартизации в РФ обеспечивают законы:

- а) «О сертификации продукции и услуг»;
- б) «Об авторском праве и смежных правах»;
- в) «О СМИ»;
- г) «Об обеспечении единства средств измерений».

22. Самодетельный туризм - это путешествия:

- а) организованные по экстремальным маршрутам;
- б) субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды;
- в) самостоятельно организуемые туристами с использованием активных способов передвижения.

23. Туристская путевка является документом:

- а) установленного образца;
- б) подтверждающим факт передачи туристского продукта;
- в) подтверждающим факт оказания туристских услуг.

24. Туристский ваучер - это документ установленного образца:

- а) подтверждающий факт передачи турпродукта;
- б) устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура;
- в) подтверждающий факт оказания услуг, входящих в состав тура.

25. При въезде в Тунис для граждан РФ действует:

- а) Ужесточенный визовый режим
- б) Упрощенный визовый режим
- в) Шенгенская виза
- г) Специальная национальная тунисская многократная виза
- д) Специальная национальная тунисская групповая многократная виза
- е) Специальная национальная тунисская мультивиза

26. Какие из перечисленных дополнительных услуг относятся к бытовым:

- а) услуга «будильник»;
- б) такси;
- в) визовая поддержка;
- г) трансфер;
- д) обмен валюты

27. Какие из перечисленных обязательных услуг включены в стоимость номера:

- а) безопасность;
- б) консьерж;
- в) туалетные принадлежности (полотенца, шампунь, мыло, туалетная бумага);
- г) обмен валюты;
- д) уборка номера

28. Что относится к туроператорской деятельности в России?

- а) продвижение турпродукта;
- б) формирование турпродукта;
- в) реализация турпродукта;
- г) иная деятельность.

29. Туристские формальности - это обязательные процедуры, связанные с:

- а) необходимостью собирания большого количества разрешительных документов
- б) процедурой обязательного таможенного досмотра на границе
- в) с оформлением и совершением туристского путешествия, и пересечением границы
- г) все ответы верны

30. Какие виды страхования в туризме являются обязательными?

- а) Страхование туриста и его имущества;
- б) Страхование туристов в зарубежных поездках;
- в) Страхование гражданской ответственности владельцев автотранспортных средств;
- г) Страхование медицинских расходов при поездках за рубеж.

Критерии оценивания

- отношение правильно выполненных заданий к общему их количеству

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнено от 30 до 26 тестов
71-85 баллов «хорошо»	Выполнено от 25 до 21 теста
56-70 баллов «удовлетворительно»	Выполнено от 20 до 17 тестов
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Выполнено менее 17 тестов