

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Международный банковский институт имени Анатолия Собчака»**

**Фонд оценочных средств по дисциплине
Технологии туроператорской и турагентской деятельности**

Направление подготовки: *43.03.02 Туризм*

Направленность (профиль): *Туризм*

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очно-заочная*

Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

Формой промежуточной аттестации по дисциплине является – зачет с оценкой.

Вопросы для проведения промежуточной аттестации:

1. Организаторы туризма: туроператор, туристское агентство.
2. Технологии взаимоотношений туроператора с турагентами.
3. Туристские предприятия и их формы.
4. Понятие и функции туроператора. Классификация и виды туроператоров.
5. Особенности и процедуры агентского бизнеса.
6. Выбор организационно-правовой формы туристского предприятия.
7. Офис и персонал туристского предприятия.
8. Сущность и содержание туроперейтинга.
9. Туроператор как составитель турпакета.
10. Характеристика основных функций туроператора на туристском рынке.
11. Система управления туризмом на современном этапе.
12. Классификация туроператоров по профилю работы.
13. Особенности международного (аутгоинг, инкаминг) и внутреннего туроперейтинга (инсайдинг).
14. Система обеспечения кадрами в туристском бизнесе.
15. Турпакет и факторы, влияющие на его создание.
16. Понятие туристского продукта, его потребительские качества.
17. Турагент как розничный продавец туров.
18. Значение турагентств для продвижения туров операторов, альтернативные варианты продвижения. Характеристика критериев выбора посредников для канала сбыта.
19. Разновидности агентских сетей и агентств, возможные стратегии и принципы выбора.
20. Основные способы стимулирования турагентств (материальные, технологические).
21. Основные способы стимулирования турагентств (образовательные и нематериальные).
22. Технологии персональной продажи в туристской индустрии.
23. Подготовительный этап персональной продажи в туристской индустрии.
24. Управление контактом с клиентом.
25. Технология управления контактом.
26. Приемы воздействия на клиента.
27. Исследование потребностей клиента.
28. Влияние продавца на принятие клиентом решения о покупке.
29. Стимулирование клиента на покупку.
30. Послепродажное обслуживание.

Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обучающихся по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий: тестирования.

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных работ и заданий, предусмотренных рабочей программой дисциплины. Обучающемуся, пропустившему практические занятия, необходимо выполнить задания самостоятельно и защитить их выполнение перед преподавателем практических занятий.

Тестовые задания по дисциплине

Название темы учебной дисциплины	Пример теста
Туроператорска	1.Система взаимоотношений по поводу производства и

<p>я и турагентская деятельность</p>	<p>продажа туристских товаров и услуг – это:</p> <p>а) инфраструктура туристских услуг б) инфраструктура туризма в) гостиничный рынок г) туристский рынок д) рынок рекреационных услуг</p> <p>2. Прибыль у туроператора складывается из:</p> <p>а) прибыли от отдельных субъектов инфраструктуры рынка туризма</p> <p>б) разницы между ценой покупки и ценой продажи услуг</p> <p>в) комиссионного вознаграждения</p> <p>г) разницы между объемом туристских услуг и затрат туроператора</p> <p>д) прибыли гостиницы и транспортных организаций</p> <p>3. Организация, являющаяся посредником при продаже туров:</p> <p>а) экскурсионное бюро б) туроператор в) турфирма г) гостиница д) турагент</p> <p>4. Туристская фирма являющаяся посредником и работающая за комиссионные называется :</p> <p>а) туроператором б) турагентом в) брокером г) дилером д) коммивояжером</p> <p>5. К факторам , определяющим спрос на туристские услуги относятся:</p> <p>а) мотивации б) покупательская способность в) социальные и культурные факторы г) демографическая ситуация; социальные и культурные факторы мотивации цены, покупательская способность населения д) платежеспособность населения</p>
<p>Организационно-правовые основы деятельности туристского предприятия.</p>	<p>1. Организация, которая является производителем комплекса туристских услуг:</p> <p>а) авиакомпания б) турагент в) гостиница г) экскурсионное бюро д) туроператор</p> <p>2. Деятельность фирм по формированию , продвижению и реализации своих туристских продуктов относится к:</p> <p>а) экскурсионной деятельности</p> <p>б) туристской агентской деятельности</p> <p>в) гостиницы и туристские фирмы</p> <p>г) транспорт, гостиницы, туристские фирмы, рестораны, коммуникации</p> <p>д) туристской операторской деятельности</p> <p>3. Туристская путевка является документом:</p> <p>а) установленного образца;</p> <p>б) подтверждающим факт передачи туристского продукта;</p> <p>в) подтверждающим факт оказания туристских услуг.</p> <p>4. Правовое регулирование туристской деятельности находится в сфере:</p> <p>а) уголовного права</p> <p>б) гражданского права</p> <p>с) административного права</p> <p>5. Основной Закон в сфере туризма в РФ:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> a) Конституция РФ b) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» c) «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию»
Управление персоналом туристского предприятия	<p>1. Срочный трудовой договор может быть заключён на срок:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) не более трёх лет b) не более четырёх лет c) не более пяти лет <p>2. ТК РФ предусматривает следующие в и д ы дисциплинарных взысканий:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) замечание; b) выговор; c) увольнение по соответствующим основаниям d) все ответы верны <p>3. ТК РФ предусматривает следующие в и д ы п о о щ р е н и я за добросовестный труд:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) объявление благодарности; b) выдача премии; c) награждение ценным подарком; d) награждение почетной грамотой; e) представление к званию лучшего по профессии f) все ответы верны <p>4. В качестве работников могут выступать:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Граждане Российской Федерации b) иностранные граждане c) лица без гражданства (апатриды) d) все ответы верны <p>5. Работник имеет право в любой момент без объяснения мотивов расторгнуть трудовой договор с работодателем, предупредив его об этом:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) в письменной форме за две недели b) в устной форме за две недели c) в письменной форме за одну неделю d) в письменной форме за три недели
Организация обслуживания в туризме	<ul style="list-style-type: none"> 1. Может ли быть паломничество мотивом к покупке тура? 2. Мотивация выбора путешествия в значительной степени зависит от возраста туриста. Верно или неверно? 3. Перечислите 6 основных барьеров к путешествию. 4. Назовите первый этап в принятии решения о покупке тура. 5. Назовите основные подходы к снижению покупательского диссонанса

Темы рефератов

Название темы учебной дисциплины	Пример тем рефератов
Туроператорская и турагентская деятельность	<ul style="list-style-type: none"> 1. Основные и специфические характеристики туристских услуг. 2. Источники турпродукта. 3. Экономическая сущность турпродукта. 4. Особенности структуры турпродукта.

	5.Элементы и уровни турпродукта. 6. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров. 7.Единый федеральный реестр туроператоров
Организационно-правовые основы деятельности туристского предприятия.	1. Организационно-правовая форма туристского предприятия 2. Законодательная база внутреннего туризма. 3. Государственное регулирование туристской отрасли. 4. Краткая характеристика технологических процессов формирования туров. 5. Краткая характеристика организационных процессов формирования туров. 6. Характеристика современного состояния въездного туризма в РФ. 7. Законодательная база въездного туризма.
Управление персоналом туристского предприятия	1. Действия кадровой службы для мотивирования труда на предприятиях туризма. 2.Сущность стимулирования, его виды. 3.Понятие персонала туристского предприятия. 4.Требования к работнику турфирмы 5. Использование теорий мотивации в деятельности турфирмы.
Организация обслуживания в туризме	1.Туристские мотивации. Их влияние на технологии продаж. 2.Психологические процессы, влияющие на технологии продаж. 3.Процесс принятия клиентом решения о покупке. 4. Проблемные клиенты турфирмы 5. Техники решения конфликтов.

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине:

Знания, умения и навыки обучающихся при промежуточном контроле в форме зачета с оценкой определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

1. «Отлично» — обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

2. «Хорошо» — обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

3. «Удовлетворительно» — обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

4. «Неудовлетворительно» — обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.