

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: заместитель директора
Дата подписания: 22.12.2025 16:17:42
Уникальный программный ключ:
848621b05e7a2c59da67cc47a060a910fb948b62

Приложение 4
к образовательной программе

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

**для текущего контроля успеваемости и
промежуточной аттестации обучающихся**

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б.1.В.19 Туроперейтинг

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

43.03.02 Туризм

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Туризм и гостиничная деятельность

(наименование образовательной программы)

бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма обучения)

Год набора – 2023

Донецк

Автор-составитель ФОС:

Овчаренко Людмила Александровна, д-р экон. наук, доцент, доцент кафедры туризма

РАЗДЕЛ 1.
ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине «Туроперейтинг»

1.1. Основные сведения об учебной дисциплине

Таблица 1

Характеристика учебной дисциплины (сведения соответствуют разделу РПУД)

Образовательная программа	Бакалавриат
Направление подготовки	43.03.02 Туризм
Профиль	Туризм и гостиничная деятельность
Количество разделов учебной дисциплины	2
Часть образовательной программы	Дисциплина части, формируемой участниками образовательных отношений Б1.В.19
Формы контроля	Устный опрос, тестовые задания, доклады, сообщения рефераты, контроль знаний по разделам
Показатели	Очная форма обучения
Количество зачетных единиц (кредитов)	3
Семестр	6
Общая трудоемкость (академ. часов)	108
Аудиторная контактная работа	50
Лекционные занятия	16
Семинарские занятия	32
Консультация	2
Самостоятельная работа	58
Контроль	-
Форма промежуточной аттестации	Зачет с оценкой

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

Компетенция	Индикатор компетенции и его формулировка	Элементы индикатора компетенции	Индекс элемента
ПК-1.3	Вводит в действие регламент процесса подразделения организации или административный регламент подразделения организации сферы туризма и гостеприимства	Знать: 1. Принципы и правила работы с документами; основы внедрения изменений	ПК-1.3 3-1
		2. Принципы и правила работы с документами; основы внедрения изменений; основы моделирования бизнес-процессов; основы операционного менеджмента	ПК-1.3 3-2
		3. Принципы и правила работы с документами; основы внедрения изменений; основы моделирования бизнес-процессов; основы операционного менеджмента; основы экономики, учёта затрат и оценки эффективности	ПК-1.3 3-3
		Уметь: 1. Осуществлять коммуникации, проводить рабочие совещания, находить консенсус; оценивать ресурсы, необходимые для ввода в действие регламентов процессов или административных регламентов или предложений по повышению их эффективности	ПК-1.3 У-1
		2. Осуществлять коммуникации, проводить рабочие совещания, находить консенсус; оценивать ресурсы, необходимые для ввода в действие регламентов процессов или административных регламентов или предложений по повышению их эффективности; разрабатывать, согласовывать и утверждать планы мероприятий	ПК-1.3 У-2
		3. Осуществлять коммуникации, проводить рабочие совещания, находить консенсус; оценивать ресурсы, необходимые для ввода в действие регламентов процессов или административных регламентов или предложений по повышению их эффективности; разрабатывать, согласовывать и утверждать планы мероприятий, оценивать достижение результатов, разрабатывать корректирующие мероприятия для достижения планов; оказывать консультационную помощь работникам организации	ПК-1.3 У-3
		Владеть: 1. Навыками планирования мероприятий по вводу в действие регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации; внедрения в действие регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации	ПК-1.3 В-1
		2. Навыками планирования мероприятий по вводу в действие регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации; внедрения в действие регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации	ПК-1.3 В-2
ПК-1.4	Контролирует выполнение регламента процесса или	Знать: 1. Методические документы и правила проведения контроля соответствия процессов или административных регламентов; методы оценки достоверности собранной информации	ПК-1.4 3-1
		2. Методические документы и правила проведения контроля	ПК-1.4

административного регламента подразделения организации сферы туризма и гостеприимства	соответствия процессов или административных регламентов; методы оценки достоверности собранной информации; методы проведения анализа собранной информации	3-2
	3. Методические документы и правила проведения контроля соответствия процессов или административных регламентов; методы оценки достоверности собранной информации; методы проведения анализа собранной информации; правила подготовки отчётов, заключений по результатам контроля; методы оценки эффективности процессов или административных регламентов	ПК-1.4 3-3
	Уметь: 1. Выбирать контрольные точки, позволяющие оценивать степень выполнения регламентов и составлять планы контроля; оценивать достоверность информации, полученной в ходе контроля; анализировать показатели эффективности и результативности процессов и административных регламентов	ПК-1.4 У-1
	2. Выбирать контрольные точки, позволяющие оценивать степень выполнения регламентов и составлять планы контроля; оценивать достоверность информации, полученной в ходе контроля; анализировать показатели эффективности и результативности процессов и административных регламентов; выявлять отклонения от установленных критериев и показателей функционирования процессов и административных регламентов	ПК-1.4 У-2
	3. Выбирать контрольные точки, позволяющие оценивать степень выполнения регламентов и составлять планы контроля; оценивать достоверность информации, полученной в ходе контроля; анализировать показатели эффективности и результативности процессов и административных регламентов; выявлять отклонения от установленных критериев и показателей функционирования процессов и административных регламентов; рассчитывать эффективность процессов и административных регламентов; выявлять потенциал повышения эффективности процесса или административного регламента; формулировать и обосновывать предложения по повышению эффективности процессов или административных регламентов; подготавливать отчёты, заключения по результатам контрольных мероприятий	ПК-1.4 У-3
	Владеть: 1. Навыками определения процедур контроля, выполнения регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации; сбора информации о ходе и результатах выполнения процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации	ПК-1.4 В-1
	2. Навыками определения процедур контроля, выполнения регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации; сбора информации о ходе и результатах выполнения процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации; анализа собранной информации на соответствие критериям, установленным для проведения контроля	ПК-1.4 В-2
	3. Навыками определения процедур контроля, выполнения регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации; сбора информации о ходе и результатах выполнения процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации; анализа собранной информации на соответствие критериям, установленным для проведения контроля; оценки эффективности процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации; разработки рекомендаций по повышению эффективности процессов подразделения организации или административных регламентов подразделения организации; оформления результатов контроля, выполнения регламента процесса подразделения организации или административного регламента подразделения организации	ПК-1.4 В-3

Этапы формирования компетенций в процессе освоения
основной образовательной программы

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Номер семестра	Код индикатора компетенции	Наименование оценочного средства
Раздел 1. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРАГЕНТСТВ				
1	Тема 1.1. Организационные и юридические аспекты в деятельности турпредприятия	6	ОПК-4.6 ПК -1.1	Устный опрос, тестовые задания, доклад (сообщение)
2	Тема 1.2. Технология открытия турагентства	6	ОПК-4.6 ПК -1.1	Устный опрос, тестовые задания, доклад (сообщение)
3.	Тема 1.3. Построение системы продаж турагентства	6	ОПК-4.6 ПК -1.1	Устный опрос, тестовые задания, доклад (сообщение), расчетные задания
4.	Тема 1.4. Особенности рекламы и продвижения турагентства	6	ОПК-4.6 ПК -1.1	Устный опрос, тестовые задания, доклад (сообщение), контроль знаний по разделу 1 (тестирование)
Раздел 2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРАГЕНТСТВА				
5.	Тема 2.1. Эффективное управление персоналом турагентства	6	ОПК-4.6 ПК -1.1	Устный опрос, тестовые задания, деловые игры, доклад (сообщение)
6.	Тема 2.2. Типовые ошибки и проблемы в турбизнесе	6	ОПК-4.6 ПК -1.1	Устный опрос, тестовые задания, доклад (сообщение), контроль знаний по разделу 2 (тестирование)

**РАЗДЕЛ 2.
ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ТУРОПЕРЕЙТИНГ»**

Текущий контроль знаний используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной работой) обучающихся.

В условиях балльно-рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания обучающегося используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у обучающегося стремление к систематической самостоятельной работе по изучению учебной дисциплины.

Распределение баллов по видам учебной деятельности
(балльно-рейтинговая система)
по учебной дисциплине
«Туроперейтинг»

Наименование Раздела/Темы	Вид задания							
	СЗ			Всего за тему	КЗР	Р (СР)	К	НР
	ЛЗ	УО	ТЗ					
Р.1.Т.1.1	1	1	1	3	10	15	15	15
Р.1.Т.1.2	1	1	1	3				
Р.1.Т.1.3	1	1	1	3				
Р.1.Т.1.4	1	1	1	3				
Р.1.Т.1.5	1	1	1	3				
Р.2.Т.2.1	1	1	1	3	10			
Р.2.Т.2.2	1	1	1	3				
Итого: 100б	7	14	14	35	20	15	15	15

ЛЗ – лекционное занятие;

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

ПЗ – практическое занятие;

СЗ – семинарское занятие;

КЗР – контроль знаний по Разделу;

Р – реферат.

СР – самостоятельная работа обучающегося

ИЗ – индивидуальное задание

К – коллоквиум

НР – научная работа

2.1. Рекомендации по оцениванию устных ответов обучающихся

С целью контроля усвоения пройденного материала и определения уровня подготовленности обучающихся к изучению новой темы в начале каждого семинарского/практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки.

Оценка «отлично» ставится, если обучающийся:

- 1) полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса;
- 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры;
- 3) излагает материал последовательно и правильно, с соблюдением исторической и хронологической последовательности;

Оценка «хорошо» – ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает одна-две ошибки, которые сам же исправляет.

Оценка «удовлетворительно» – ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но:

- 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил;
- 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры;
- 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

ВОПРОСЫ ДЛЯ САМОПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

<i>Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)</i>	<i>Вопросы для подготовки к индивидуальному / фронтальному устному / письменному опросу по темам дисциплины (модуля)</i>
РАЗДЕЛ 1. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТУРАГЕНТСТВ	
Тема 1.1. Организационные и юридические аспекты в деятельности турпредприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Перечислите основные особенности туристического бизнеса. 2. Что такое визуализация турпродукта и как грамотно ее осуществлять? 3. Что такое демпинг и почему его применение ведет турагентства к банкротству? 4. Как сезонность влияет на туристский бизнес и как можно ее сглаживать? 5. Что такое таблица сезонности, приведите примеры ее практического применения. 6. Какова доходность турбизнеса и в чем состоит специфика продаж в туризме? 7. Как происходит формирование доходов турагентства? 8. Что необходимо учитывать при открытии турагентства? 9. Какие юридические аспекты следует знать руководителю турагентства? 10. Налогообложение в турбизнесе: какая форма оптимальна? 11. В чем заключаются особенности взаимодействия турагентства с туроператорами? 12. Как называется договор, который заключает турагентство с туроператором и почему он является оптимальным для осуществления турагентской деятельности?
Тема 1.2. Технология открытия турагентства	<ol style="list-style-type: none"> 1. Охарактеризуйте два варианта открытия турбизнеса? 2. На что нужно обратить внимание при покупке готового турагентства? 3. Каковы тонкости успешного открытия турагентства? 4. В чем преимущества и недостатки создания турагентства «с нуля»? 5. Перечислите и охарактеризуйте основные

	<p>варианты размещения турагентства.</p> <p>6. Назовите и охарактеризуйте этапы планирования работы туристического агентства?</p> <p>7. В чем суть и значение детализированного календарного и долгосрочного планирования в турбизнесе?</p> <p>8. Как наиболее эффективно можно осуществлять планирование по мнению экспертов турбизнеса?</p>
Тема 1.3. Построение системы продаж турагентства	<p>1. Как грамотно сформировать линейку туров?</p> <p>2. Как правильно выстроить систему продаж в турагентстве?</p> <p>3. Каковы особенности ценообразования в турбизнесе?</p> <p>4. Дайте характеристику технологии продажи туров.</p> <p>5. Как можно повысить доходность турбизнеса?</p> <p>6. Каковы показатели эффективности работы турагентства?</p>
Тема 1.4. Особенности рекламы и продвижения турагентства	<p>1. Охарактеризуйте Интернет-сайт как канал привлечения клиентов.</p> <p>2. Каковы важнейшие элементы сайта – генератора новых клиентов?</p> <p>3. Сформулируйте основные правила оформления «продающего» сайта турагентства?</p> <p>4. В чем заключаются особенности и тонкости рекламы в турбизнесе?</p> <p>5. Реклама как инвестиции: в чем отличие от имиджевой рекламы?</p> <p>6. Назовите формулу рекламы с высокой отдачей в сфере туризма?</p> <p>7. В чем специфика рекламы турагентства в Интернете?</p>
РАЗДЕЛ 2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРАГЕНТСТВА	
Тема 2.1. Эффективное управление персоналом турагентства	<p>1. Какие сотрудники нужны в штате туристического агентства?</p> <p>2. В чем заключается опыт в туризме или навыки продаж?</p> <p>3. Каковы тонкости работы с сотрудниками в туризме?</p> <p>4. Каковы ключевые факторы успешности менеджера по туризму?</p> <p>5. Как оценить работу менеджера по телефону?</p>
Тема 2.2. Типовые ошибки и проблемы в турбизнесе	<p>1. Каковы основные проблемы в турбизнесе и как следует их грамотно решать?</p> <p>2. В чем заключаются наиболее частые ошибки в работе турагентств? Как следует их предотвращать и решать?</p>

2.2 Рекомендации по оцениванию результатов тестовых заданий обучающихся

В завершении изучения каждого раздела дисциплины (модуля) может проводиться тестирование (контроль знаний по разделу, рубежный контроль).

Критерии оценивания. Уровень выполнения текущих тестовых заданий оценивается в баллах. Максимальное количество баллов по тестовым заданиям определяется преподавателям и представлено в таблице 2.1.

Тестовые задания представлены в виде оценочных средств и в полном объеме представлены в банке тестовых заданий в электронном виде. В фонде оценочных средств представлены типовые тестовые задания, разработанные для изучения дисциплины «Инновации в гостиничной деятельности»

ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

Раздел 1. Особенности создания и функционирования турагентств

ВЫБРАТЬ ОДИН ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ:

1. Какое из утверждений НЕВЕРНО по мнению экспертов турбизнеса:
 - а) демпинг – прямая дорога к банкротству турагентства;
 - б) крупные затраты на ремонт или дизайн офиса всегда оправдывают себя в туризме;
 - в) в турбизнесе есть только два варианта: либо искать свой уникальный путь развития либо вступить во франчайзинговую сеть или стать уполномоченным агентством туроператора;
 - г) все приведенные утверждения верны.
2. Какое оборудование наименее подходит для офиса турагентства:
 - а) МФУ т. е. ксерокс, принтер, сканер «в одном флаконе»
 - б) мини-АТС с одним многоканальным номером
 - в) стандартные офисные компьютеры с доступом в Интернет каждому менеджеру
 - г) несколько отдельных телефонных номеров
3. Какое программное обеспечение необходимо в офисе турагентства для стандартных задач:
 - а) Word и Excel;
 - б) система поиска туров;
 - в) системы бронирования авиа– и ж/д билетов (при необходимости);
 - г) программа для ведения учета и подготовки документов туристам;
4. Программы для ведения учета и подготовки документов туристам:
 - а) Tourindex.ru, Bronni.Ru, Ехать. Ру, Туры. Ру, RuSPO.RU.
 - б) «САМО-Турагент», «Мастер-Агент»
 - в) «Амадеус», «Галилео», «Sabre»
 - г) Word и Excel
5. Системы бронирования, применяемые в первую очередь, для рейсов за границу:
 - а) «Амадеус» и «Галилео»
 - б) «САМО-Турагент», «Мастер-Агент»
 - в) «Sabre» и «Сирена»
 - г) «Экспресс-2»
6. Программы, считающиеся сложными, для овладения которыми требуется проходить обучение в течение нескольких недель и получать сертификат:
 - а) программы для ведения учета и подготовки документов туристам
 - б) системы поиска туров
 - в) системы бронирования авиа– и ж/д билетов
 - г) системы бронирования отелей

7. Эксперты турбизнеса НЕ рекомендуют делать сервисный сбор поверх стоимости:

- а) при продаже туров;
- б) при продаже авиа– и ж/д билетов
- в) при продаже дополнительных услуг
- г) во всех случаях

8. В каком месяце года по статистике закрывается большинство турагентств и в то же время это оптимальный период для открытия новых турагентств:

- а) февраль;
- б) апрель;
- в) октябрь;
- г) ноябрь.

9. Почему демпинг не может рассматриваться как конкурентное преимущество туристического агентства:

- а) потому что его применяет большинство туристических агентств;
- б) потому что в туристических агентствах очень низкая маржинальность;
- в) потому что рынок туруслуг – это рынок ценовой конкуренции;
- г) все варианты ответов верны.

10. Какой из методов достижения конкурентного преимущества предусматривает знание менеджерами не только географии, но и весьма специфических вещей (профессиональный туристский сленг):

- а) специализация по стране или курорту;
- б) специализации по видам отдыха;
- в) промышленный шпионаж;
- г) авторские методики продажи туров.

Раздел 2. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРАГЕНТСТВА

ВЫБРАТЬ ОДИН ПРАВИЛЬНЫЙ ОТВЕТ

1. Для того чтобы сделать систему мотивации в турагентстве простой и интуитивно понятной, ВИЗУАЛИЗИРОВАТЬ ее, специалисты рекомендуют использовать:

- а) процент с продаж – Флекс;
- б) мотивационную доску;
- в) голый оклад – Фикс;
- г) прогрессирующую шкалу мотивации.

2. В вопросах, касающихся оформления документов, должны быть четкие инструкции. К ним НЕ относится следующая:

- а) ни в коем случае не бронировать тур без предоплаты;
- б) в договоре ВСЕ пустые места должны быть обязательно заполнены;
- в) договор должен быть заполнен одинаково в двух экземплярах: 1 - экземпляр клиента, 2-й остается в туристической компании;
- г) в договоре не следует прописывать штрафы и санкции, например, в случае отказа клиента от тура (лучше оговорить этот вопрос в устной форме).

3. Какой из предложенных вариантов реакции менеджера турагентства на конечную реплику клиента «Ой, спасибо, я подумаю. Надо с женой посоветоваться. Спасибо за информацию, я позвоню» наиболее верный:

- а) «Передавайте привет жене!»;
- б) «Хорошо, думайте, но давайте я запишу ваш номер телефона!»;
- в) «Ладно, звоните, хорошо, будем ждать. Мой номер телефона у Вас есть»;
- г) «Вам нравится это предложение или вас что-то смущает?».

4. Какой из приведенных принципов при размещении интернет-рекламы в туризме некорректен:

- а) рекламировать надо не компанию, а то, что вы продаете;
 - б) не стоит продавать все предложения сразу, следует делать своим клиентам нацеленные предложения;
 - в) сам текст не должен быть длинным и сложным;
 - г) не следует прописывать конкретные цены.
5. Основные задачи телефонного разговора менеджера турагентства с клиентом:
- а) установление психологического контакта и приглашение посетить офис;
 - б) грамотное консультирование о стоимости туров и ответы на вопросы клиента;
 - в) убедить туриста в том, что ваше турагентство предложит ему самый выгодный (в том числе и по цене) вариант, грамотное консультирование по интересующим туриста вопросам;
 - г) продажа тура и получение денег.
6. Чему из того, что должен знать менеджер по продажам турагентства, можно научить за короткий промежуток времени:
- а) поисковым программам, работе с документацией;
 - б) психологии продаж и техникам продаж;
 - в) знанию отельной базы;
 - г) особенностям стран, основным туристическим направлениям, сезонности/несезонности.
7. Какой из способов повышения доходов турагентства предусматривает вступление в сеть:
- а) продажа более дорогих туров;
 - б) продажа туров в кредит;
 - в) продажа подарочных сертификатов;
 - г) увеличение процента комиссии, получаемой от операторов.
8. Первое, что нужно сделать, при оценивании того или иного туроператора:
- а) изучить каталоги предложений;
 - б) почитать отзывы туристов в Интернете;
 - в) проверить у него наличие финансовой гарантии;
 - г) поинтересоваться репутацией фирмы в деловых кругах.
9. Что из приведенного правильно характеризует открытие турагентства «с нуля», а не приобретение уже действующего агентства:
- а) экономия времени;
 - б) снижение рисков;
 - в) экономия денег;
 - г) все перечисленное правильно характеризует открытие турагентства «с нуля».
10. Какой аспект в первую очередь следует учитывать при выборе туроператора?
- а) к какой категории он относится (бюджетный или премиальный);
 - б) репутация туроператора и кто стоит за данным туроператором;
 - в) осуществляет ли туроператор вылеты из вашего города (или из близлежащих городов);
 - г) условия договора, который предлагает туроператор.

2.3. Рекомендации по оцениванию вопросов для коллоквиума, собеседования по дисциплине (модулю) «Туроперейтинг».

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он определяет рассматриваемые понятия раздела или темы дисциплины (модуля) четко и полно, приводя соответствующие примеры.

Хорошо	Выставляется обучающемуся, если он допускает отдельные погрешности в ответе, но в целом демонстрирует знание и владение содержанием раздела (темы) дисциплины (модуля)
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если он обнаруживает пробелы в знаниях материала раздела или темы дисциплины (модуля)
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений раздела или темы дисциплины (модуля), неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи

* Представлено в таблице 2.1.

ТИПОВЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ КОЛЛОКВИУМА, СОБЕСЕДОВАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

1. Туроперейтинг в Донецкой Народной Республике: особенности и тенденции формирования.
2. Методологические основы повышения эффективности деятельности турпредприятий.
3. Туристская политика государства и ее влияние на эффективность деятельности турпредприятий.
4. Актуальные проблемы функционирования турагентств в ДНР.
5. Изучение рынка туруслуг в ДНР.
6. Определение целей и задач региональной туристской политики.
7. Стратегические и тактические аспекты деятельности туристских предприятий.
8. Формирование нормативно-правового и законодательного поля ДНР в сфере туризма.
9. Особенности функционирования предприятий туристской индустрии в Донецкой Народной Республике.

2.4. Рекомендации по оцениванию рефератов (докладов, сообщений).

Максимальное количество баллов	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если он выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив проблему содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно правового характера. Обучающийся знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена

	правильно.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены отдельные ошибки в оформлении работы.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если в работе студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в содержании проблемы, оформлении работы.
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если работа представляет собой пересказанный или полностью заимствованный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ (ЭССЕ, ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ) ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Особенности туристического бизнеса.

Юридические аспекты деятельности турагентства

Налогообложение в турбизнесе: какая форма оптимальна.

Два варианта открытия турбизнеса.

Покупка готового турагентства.

Тонкости успешного открытия турагентства.

Этапы планирования работы туристического агентства.

Доходность турбизнеса и специфика продаж в туризме.

Формирование доходов турагентства.

Выстраивание системы продаж в турагентстве.

Характеристика технологии продажи туров.

Методы повышения доходности турбизнеса.

Показатели эффективности работы турагентства.

Интернет-сайт как канал привлечения клиентов.

Важнейшие элементы сайта – генератора новых клиентов.

Реклама как инвестиции: в чем отличие от имиджевой рекламы.

Формула рекламы с высокой отдачей в сфере туризма.

Специфика рекламы турагентства в Интернете.

Требования к сотрудникам в штате туристического агентства.

Ключевые факторы успешности менеджера по туризму.

Оценка работы менеджера по телефону.

Основные проблемы в турбизнесе.

Наиболее частые ошибки в работе турагентств.

2.5. Рекомендации по оцениванию результатов ситуационных заданий

Максимальное количество баллов*	Правильность (ошибочность) решения
Отлично	Полные верные ответы. В логичном рассуждении при ответах нет ошибок, задание полностью выполнено. Получены правильные ответы, ясно прописанные во всех строках заданий и таблиц
Хорошо	Верные ответы, но имеются небольшие неточности, в целом не влияющие на последовательность событий, такие как небольшие пропуски, не связанные с основным содержанием изложения. Задание оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию вопроса
Удовлетворительно	Ответы в целом верные. В работе присутствуют незначительная хронологическая или историческая ошибки, механическая ошибка или описка, несколько искажившие логическую последовательность ответа
	Допущены более трех ошибок в логическом рассуждении, последовательности событий и установлении дат. При объяснении исторических событий и явлений указаны не все существенные факты
Неудовлетворительно	Ответы неверные или отсутствуют

* Представлено в таблице 2.1.

ТИПОВЫЕ СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Ситуация 1 к теме 1.3. «Построение системы продаж турагентства»

Описание ситуации

Клиент туристического агентства после рассмотрения многочисленных вариантов остановил свой выбор на отеле X, расположенном на известном курорте Y.

Сроки тура: 18 августа – 27 августа

Состав отдыхающих: трое взрослых (папа, мама и бабушка) и один ребенок 5 лет.

Пожелание клиента! Бабушка с ребенком размещаются в отдельной комнате от родителей. Полупансион (только для бабушки и ребенка).

Расходы, связанные с формированием тура:

Проживание (смотри таблицу 1 и дополнение к ней);

Авиаперелет (в оба конца) – 250 у.е. (дети до года бесплатно, 1-5 лет 80 у.е.);

Топливный сбор – 40 у.е. на человека, включая детей;

Трансфер – 15 у.е. (дети до 2 лет бесплатно);

Страховка – 2 у.е. в день;

Виза – 20 евро;

Комиссия – 10 %.

При формировании тура, следует исходить из критериев минимизации цены и максимального соответствия потребностям клиента.

Таблица 1

Стоимость услуг размещения

PRICE LIST in EUR

Date Rooms & Suites - Official category 4*	01.01.-30.04. 17.10.-31.12.	01.05.-12.06. 26.09.-16.10.	13.06.-10.07. 22.08.-25.09.	11.07.- 21.08.
Double room standard	110,00	130,00	188,00	240,00
Double room (sea view)	130,00	154,00	212,00	264,00
Single room standard	77,00	91,00	141,00	192,00
Single room (sea view)	91,00	108,00	159,00	211,00
Family room (park view)	165,00	195,00	282,00	360,00
Junior suite (sea view)	220,00	260,00	376,00	480,00
Date Suite name	01.01.-30.04. 17.10.-31.12.	01.05.-12.06. 26.09.-16.10.	13.06.-10.07. 22.08.-25.09.	11.07.- 21.08.
Milena (max. occupancy 4 pax)	800,00	1.000,00	1.200,00	1.400,00
Jelena (max. occupancy 2 pax)	500,00	600,00	800,00	1.000,00
Ana (max. occupancy 4 pax)	400,00	500,00	600,00	700,00
Milica (max. occupancy 4 pax)	300,00	400,00	500,00	600,00
Stane (max. occupancy 4 pax)	300,00	400,00	500,00	600,00
Zorka (max. occupancy 4 pax)	300,00	400,00	500,00	600,00
Ksenija (max. occupancy 2 pax)	200,00	300,00	400,00	500,00
Vjera (max. occupancy 2 pax)	200,00	300,00	400,00	500,00
Marija (max. occupancy 2 pax)	200,00	300,00	400,00	500,00

Terms and conditions:

All rates are in EURO-s, **per room per day**, including breakfast and VAT.

Half board supplement is 15,00 EUR per person per day.

Third person using an extra bed in a double room has 60 % discount.

There is no supplement for extra beds in family rooms and junior suites.

Max. capacity for family rooms and junior suites is 2 adults and 2 children or 3 adults.

Children

Until 2 years – free of charge

From 2 until 12 years old on additional bed in a double room – 75% discount.

Baby cot is available at an extra charge – 5 € daily.

Local tax and insurance are not included in the above stated rates:

Adults 1,30 EUR per person per day;

Children from 12 until 18 years old 0,90 EUR per child per day;

Children from 2 until 12 years old 0,50 EUR per child per day;

Children up to 2 years old do not pay tax and insurance.

Check in is from 14.00 h and check out time is until 10.00 h.

Late check-out until 18.00 h is charged with a 60% discount on the above stated rates.

The daily stay from 10.00 until 20:00 h is charged at the above stated rates with a discount of 30%.

Additional services included in the room rate are: parking place, use of swimming pool (sunbeds and parasols), entrance to the casino, Wi-Fi in the whole hotel, deposit box in rooms.

All other services are extra charged including the use of sunbeds and parasols at the hotel's beach.

Payment and cancellation policy

In order to confirm the reservation, the guest is kindly requested to fill in a credit card authorization form. The first night stay will be charged from the credit card. In case of late cancellation (2 or less days before the arrival) or no show, hotel will charge 50 % of the total reservation amount.

Accepted credit cards are: Visa, Master and American Express.

The rates are subject to change without prior notice in case of some special occasions. The price list is valid from 01.01.

Контрольный вопрос: рассчитайте стоимость тура, исходя из вышеприведенной информации.

2.6. Рекомендации по оцениванию научной составляющей

Максимальное количество баллов*	Критерии
Отлично	Выставляется обучающемуся, если подготовлена статья или 2 тезисов на конференции, или статья и тезисы на конференцию. Рассмотрение проблемы строится на достаточно глубоком содержательном уровне. Работа имеет чёткую структуру, обусловленную логикой темы, правильно оформленный список литературы, корректно сделанные ссылки и содержание.
Хорошо	Выставляется обучающемуся, если подготовлены тезисы на конференцию. Рассмотрение проблемы строится на достаточно глубоком содержательном уровне. Работа имеет чёткую структуру, обусловленную логикой темы, правильно оформленный список литературы, корректно сделанные ссылки и содержание.
Удовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если подготовлены тезисы на конференцию. Однако в работе можно отметить некоторую логичность в выстраивании информации, но целостности нет, структура нестрогая, требования к оформлению выдержаны частично.
Неудовлетворительно	Выставляется обучающемуся, если научная работа не проводилась.

* Представлено в таблице 2.1.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ С ОЦЕНКОЙ

Особенности туристического бизнеса.

Юридические аспекты деятельности турагентства

Налогообложение в турбизнесе: какая форма оптимальна.

Два варианта открытия турбизнеса.

Покупка готового турагентства.
Тонкости успешного открытия турагентства.
Этапы планирования работы туристического агентства.
Доходность турбизнеса и специфика продаж в туризме.
Формирование доходов турагентства.
Выстраивание системы продаж в турагентстве.
Характеристика технологии продажи туров.
Методы повышения доходности турбизнеса.
Показатели эффективности работы турагентства.
Интернет-сайт как канал привлечения клиентов.
Важнейшие элементы сайта – генератора новых клиентов.
Реклама как инвестиции: в чем отличие от имиджевой рекламы.
Формула рекламы с высокой отдачей в сфере туризма.
Специфика рекламы турагентства в Интернете.
Требования к сотрудникам в штате туристического агентства.
Ключевые факторы успешности менеджера по туризму.
Оценка работы менеджера по телефону.
Основные проблемы в турбизнесе.
Наиболее частые ошибки в работе турагентств.