

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**
(Финансовый университет)

Новороссийский филиал
Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала

Е.Н. Сейфиева
«29» января 2026 г.

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рабочая программа дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
43.03.02 «Туризм»
ОП «Туристический и гостиничный бизнес»

*Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала
Финуниверситета
протокол № 32 от 29.01.2026 г.*

Рабочая программа дисциплины «Организация туроператорской деятельности» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм» Профиль «Туристический и гостиничный бизнес». Форма обучения заочная. – Новороссийск: Финансовый университет, кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки», 2026. - 25 с.

Рабочая программа учебной дисциплины содержит требования к результатам освоения дисциплины, программу, тематику практических и семинарских занятий и указания по их проведению, формы самостоятельной работы, систему оценивания и учебно-методическое обеспечение дисциплины.

1. Наименование дисциплины

«Организация туроператорской деятельности».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения планируемых результатов обучения по дисциплине

ПKN-1, ПKN-2, ПКП-1, ПКП-2

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции ¹	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПKN-2	Способность осуществлять основные функции управления туристской деятельностью, находить решения задач в условиях реально функционирующих туристских предприятий	1. Обосновывает выбор управленческих решений с учетом факторов риска в условиях неопределенности. 2. Использует эффективные методы управления бизнес процессами в сфере туризма и гостеприимства. 3. Принимает тактические управленческие решения в процессе координации и контроля деятельности функциональных подразделений организации туристской индустрии.	Знать: основные принципы принятия управленческих решений в условиях неопределенности в туристской отрасли. Уметь: выделять существенные факторы риска при принятия управленческих решений в индустрии туроператорской деятельности. Знать: методологию выделения бизнеспроцессов и управления ими в сфере туроператорской деятельности. Уметь: выбирать эффективные методы выстраивания и оптимизации бизнеспроцессов в индустрии туроператорской деятельности. Знать: подходы к координации и контролю деятельности подразделений предприятий сферы туроператорской деятельности. Уметь: эффективно координировать и контролировать функциональные области деятельности предприятий индустрии туроператорской деятельности.

ПKN-1	Способность принимать и применять технологические новации и современное программное обеспечение при решении	1. Использует современные технологии в процессе разработки продуктов и услуг, туристских маршрутов, направлений и программ развития туризма и гостеприимства, обслуживания клиентов, включая 2. Применяет комплекс	Знать: современные технологии и программные продукты, используемые в туроператорской деятельности. Уметь: предлагать использование наиболее релевантных технологий для организации туроператорской деятельности. Знать: взаимосвязи туроператорской
	профессиональных задач в туристской индустрии	экскурсионных технологий, включая методическое обеспечение, разработку, тестирование, проведение и оценку эффективности экскурсионных мероприятий. 3. Демонстрирует знания технологической документации экономических, финансовых, маркетинговых служб туроператорских организаций.	деятельности с другими видами туристской и гостиничной деятельности. Уметь: использовать технологии туроператорской деятельности при организации туристской деятельности и оценивать релевантность и эффективность этих мероприятий. Знать: технологическую документацию служб туроператоров в целях организации туроператорской деятельности. Уметь: предлагать релевантные форматы технологической документации для организации туроператорской деятельности.

ПКП-1	Способность разрабатывать, корректировать различные экскурсионные маршруты и программы, составлять технологические карты экскурсий с учетом вида туризма, рассчитывать стоимость экскурсионных маршрутов	1. Использует современные технологии в процессе разработки продуктов и услуг, туристских маршрутов, направлений и программ развития туризма и гостеприимства, обслуживания клиентов, включая электронную коммерцию. 2. Применяет комплекс экскурсионных технологий, включая методическое обеспечение, разработку, тестирование, проведение и оценку эффективности экскурсионных мероприятий. 3. Демонстрирует знания технологической документации экономических, финансовых, маркетинговых служб туристских организаций.	Знать: принципы организации и методики проведения экскурсий; Уметь: составлять технологическую карту экскурсии с учетом вида туризма, транспорта, продолжительности и мест остановок, основных тем информационно-экскурсионной деятельности; Знать: перечень туристических ресурсов РФ; историко-культурные и географические достопримечательности региона; объекты показа; Уметь: разрабатывать различные экскурсионные маршруты; разрабатывать экскурсионные программы; корректировать экскурсионную программу в связи с непредвиденными обстоятельствами; Знать: содержание нормативных документов организаций сферы туризма, устанавливающие правила проведения экскурсий; Уметь: определять методические приемы проведения экскурсии; определять технику ведения экскурсии;
-------	--	---	--

ПКП-2	Способность разрабатывать туристские продукты и туристско-рекреационные проекты, осуществлять их рекламу и продвижение	1. Использует современные технологии разработки туристских продуктов. 2. Применяет современные методы оценки эффективности туристско-рекреационных проектов. 3. Демонстрирует навыки разработки рекламных кампаний и продвижения туристских продуктов.	Знать: современные методики разработки туристических продуктов; нормативную базу, определяющую правила создания туристических продуктов; наиболее эффективные методы продвижения туристических продуктов. Уметь: формировать «туристические пакеты» услуг; разрабатывать стратегию продвижения тур. продукта; проводить оценку и экономической эффективности маркетинговой стратегии и каждого инструмента в отдельности.
-------	--	---	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация туроператорской деятельности» является обязательной дисциплиной профиля и цикла профиля (элективный) для ОП «Туристский и гостиничный бизнес», профиля «Туристский и гостиничный бизнес».

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 1.1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	5 з.е./180	180
<i>Контактная работа - Аудиторные занятия</i>	16	16
<i>Лекции</i>	4	4
<i>Семинары, практические занятия</i>	12	12
Самостоятельная работа	164	164
Вид текущего контроля	<i>ДТЗ</i>	<i>ДТЗ</i>
Вид промежуточной аттестации	<i>экзамен</i>	<i>экзамен</i>

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в организацию туристской деятельности.

Основные понятия и категории предмета. Определение понятий «путешествие», «туризм», «турист», «туристская поездка», «экскурсант», «туристская отрасль», «туристская индустрия». Причины и факторы возникновения и развития туризма. История развития мирового туризма. Значение туризма в решении различных проблем общества. Цели, функции и задачи туризма. Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского обслуживания. Организации, занимающиеся туризмом в Российской Федерации и мире.

Тема 2. Организационные основы туризма.

Туристские предприятия и их формы. Определение миссии и целей деятельности предприятия. Обоснование производственной и организационной структур управления предприятием. Права и обязанности турфирм и туристов. Документация туристской фирмы. Туроператорская и турагентская деятельность: понятие и основные функции. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров.

Тема 3. Основы формирования, продвижения и реализации туристского продукта.

Рынок туристских услуг. Сегменты рынка. Международный туристский рынок: состояние и тенденции развития. Туроператоры и турагенты на международном туристском рынке. Туристские услуги, входящие в турпродукт. Тур и туристский маршрут. Турпакет. Разновидности туров. Документальное оформление тура и взаимоотношений турфирмы с клиентом. Классификация туристских маршрутов и туров. Программный туризм. Теоретические основы методики разработки турпродукта.

Тема 4. Ценообразование в туризме.

Цена турпакета. Виды цен в туризме. Тарифы туроператора. Процедура ценообразования турпродукта. Издержки туроператора. Варианты расчетов себестоимости тура. Расчет нулевой рентабельности на уровне тура. Расчет нулевой рентабельности на уровне фирмы. Расчет нулевой рентабельности монопрофильного туроператора. Расчет нулевой рентабельности многопрофильного туроператора. Ассортимент туроператора. Тарифы туроператора. Основные методы ценообразования в туроперейтинге. Уменьшение и повышение цены на турпакет. Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Форма Ф-Рабочая

Тема 5. Организация процесса продажи туристского продукта.

Направления продвижения туристского продукта. Эффективная реклама турфирмы и турпродукта. Стимулирование сбыта в турфирме. Личные продажи. Связи с общественностью. Эффективное управление ассортиментом туристских услуг. Поиск потенциальных клиентов. Эффективность реализации туристского продукта. Реализация сбытовой политики организации в индустрии туризма.

Тема 6. Рекламные методы продвижения турпродукта.

Отличительные черты рекламы в индустрии туризма. Цели рекламы в туризме. Основные блоки тактических решений по туррекламе. Эффективность размещения рекламы. Каталог туроператора. Генеральные и служебные каталоги туроператора. Требования предъявляемые к основным и служебным каталогам. Ценовое приложение туроператора и его варианты.

Тема 7. Организация обслуживания клиентов.

Классификация клиентов, шкала потребностей клиентов. Факторы, влияющие на поведение покупателя. Классы обслуживания. Шкала потребностей клиентов. Формы и стили обслуживания клиентов. Стратегия обслуживания клиентов. Культура обслуживания клиентов. Качество обслуживания и способы его регулирования. Формирование коммуникативных навыков. Общение. Обратная связь, преодоление коммуникативного барьера. Мотивационные аспекты в туризме. Систематизация туристских мотиваций. Этапы принятия решения о покупке туристского продукта. Основные факторы туристской мотивации. Культура, как фактор туристской мотивации. Культурный или познавательный туризм. Роль элементов культуры в формировании туристского интереса. Место туристского назначения и его роль в мотивации туристского путешествия.

Тема 8. Договорные отношения в туризме

Общая характеристика договора. Требования к составлению договоров. Договорные отношения между туроператором и турагентом. Договорные отношения между туристским предприятием и потребителями туристских услуг. Договорные отношения между туроператором и поставщиками туристских услуг. Договорные отношения между рецептивным и инициативными туроператорами. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний. Определение meet-компаний, а также преимущества сотрудничества с ними аутгоингтуроператоров. Схемы сотрудничества оператора с иностранным партнером: работа по разовым заявкам, работа на условиях квотирования и туристический кредит. Виды квот. Права и обязанности туроператора и его иностранного партнера. Схемы сотрудничества туроператора с предприятиями гостиничной индустрии. Гостиничная индустрия. Современный этап развития гостиничной индустрии. Гостиничные цепи. Классификация отелей. Обзор гостиничных рынков регионов мира. Схемы сотрудничества туроператора и отеля (две группы). Аренда отеля, приобретение блоков комнат на условиях

комитмента и элонтмента, безотзывное бронирование. Приоритетное бронирование, повышенная комиссия и работа по разовым заявкам. Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет Форма Ф-Рабочая программа дисциплины Схемы сотрудничества туроператора с авиакомпаниями. Авиакомпания. Авиаперевозка. Права и обязанности пассажира, согласно Воздушному кодексу. Права и обязанности перевозчика. Перевозка пассажиров на регулярных рейсах. Тарифы, скидки и льготы на регулярных авиалиниях. Перевозки пассажиров чартерными авиарейсами. Заказчики чартерной перевозки. Виды чартерных программ: Разовые с отстоем. Шаттл-чартеры. Сплит-чартеры. Поли-чартерная перевозка. Транзит-чартеры. Договор чартерной перевозки.

5.2. Учебно – тематический план

Таблица 2

№ п/п	Наименование раздела и темы дисциплины	Всего (часов)	Трудоёмкость в часах				Формы текущего контроля
			Аудиторная работа				
			Общая	Лек ции	Практич. и семинар. занятия	Самостоя тельная работа	
1	Тема 1. Введение в организацию туристской деятельности.	23	3	1	2	20	Дискуссия
2	Тема 2. Организационные основы туризма.	23	3	1	2	20	Опрос Доклад с презентацией
3	Тема 3. Основы формирования, продвижения и реализации туристского продукта.	23	3	1	2	20	Опрос Беседа Дискуссия
4	Тема 4. Ценообразование в туризме.	23	3	1	2	20	Решение задач
5	Тема 5. Организация процесса продажи туристского продукта.	21	1		1	20	Разработка и решение кейсов
6	Тема 6. Рекламные методы продвижения турпродукта.	21	1		1	20	Разработка и решение кейсов Решение задач
7	Тема 7. Организация обслуживания клиентов.	21	1		1	20	Опрос Доклад с презентацией
8	Тема 8. Договорные отношения в туризме	25	1		1	24	Разработка и решение кейсов

В целом по дисциплине	180	16	4	12	164	Согласно учебному плану: контрольная работа
-----------------------	-----	----	---	----	-----	--

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование раздела и темы дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Тема 1. Введение в организацию туристской деятельности.	1. Основные понятия и категории предмета. 2. Определение понятий «путешествие», «туризм», «турист», «туристская поездка», «экскурсант», «туристская отрасль», «туристская индустрия». 3. Цели, функции и задачи туризма. Факторы, влияющие на конкурентоспособность туристского обслуживания. 4. Организации, занимающиеся туризмом в Российской Федерации и мире. Рекомендуемые источники: раздел 8 №№ 1-4, раздел 9, №№ 1-5	Дискуссия
Тема 2. Организационные основы туризма.	1. Субъекты туристского рынка. 2. Туроператорская и турагентская деятельность: понятие и основные функции. 3. Классификация и виды туроперейтинга и туроператоров 4. Юридические особенности туроператорской и турагентской деятельности. Рекомендуемые источники: раздел 8 №№ 1-4, раздел 9, №№ 1-5	Опрос Доклад с презентацией
Тема 3. Основы формирования, продвижения и реализации туристского продукта.	1. Сегменты рынка туристских услуг. 2. Международный туристский рынок: состояние и тенденции развития. 3. Туристские услуги, входящие в турпродукт. 4. Виды туров. 5. Документальное оформление тура и взаимоотношений турфирмы с клиентом. Рекомендуемые источники: раздел 8 №№ 1-4, раздел 9, №№ 1-5	Опрос Беседа Дискуссия
Тема 4. Ценообразование в туризме.	1. Процедура ценообразования турпродукта. 2. Издержки туроператора. Варианты расчетов себестоимости тура. 3. Расчет нулевой рентабельности на уровне тура.	Решение задач

	Расчет нулевой рентабельности на уровне фирмы. Расчет нулевой рентабельности монопрофильного туроператора. Расчет нулевой рентабельности многопрофильного туроператора. 4.Ассортимент туроператора. Тарифы туроператора. Основные методы ценообразования в туроперейтинге. 5.Уменьшение и повышение цены на турпакет – эластичность спроса. Рекомендуемые источники: раздел 8 №№ 1-4, раздел 9, №№ 1-5	
Тема 5. Организация процесса продажи туристского продукта.	1.Каналы сбыта туристского продукта. 2.Стимулирование сбыта в турфирме. Личные продажи. 3.Эффективное управление ассортиментом туристских услуг. 4. Поиск потенциальных клиентов. Рекомендуемые источники: раздел 8 №№ 1-4, раздел 9, №№ 1-5	Разработка и решение кейсов
Тема 6. Рекламные методы продвижения турпродукта.	1.Отличительные черты рекламы в индустрии туризма. 2.Цели рекламы в туризме. Основные блоки тактических решений по туррекламе. 3. Основные рекламные инструменты, используемые в туризме. 3. Эффективность размещения рекламы. 4. Тактические решения по рекламе турпродукта. Рекомендуемые источники: раздел 8 №№ 1-4, раздел 9, №№ 1-5	Разработка и решение кейсов Решение задач
Тема 7. Организация обслуживания клиентов.	1.Классификация клиентов, шкала потребностей клиентов. 2.Факторы, влияющие на поведение покупателя. Классы обслуживания. 3. Стратегия обслуживания клиентов. Культура обслуживания клиентов. 4.Качество обслуживания и способы его регулирования. Формирование коммуникативных навыков. Общение. Обратная связь, преодоление коммуникативного барьера. Рекомендуемые источники: раздел 8 №№ 1-4, раздел 9, №№ 1-5	Опрос Доклад с презентацией
Тема 8. Договорные отношения в туризме	1.Общая характеристика договора. 2.Требования к составлению договоров. 3.Договорные отношения между туроператором и турагентом. 4. Схемы сотрудничества оператора с иностранным партнером: работа по разовым заявкам, работа на условиях квотирования и туристический кредит. Виды квот. Права и обязанности туроператора и его иностранного партнера. 5. Схемы сотрудничества туроператора и отелей. Аренда отеля, приобретение блоков комнат на условиях комитмента и элонтмента, безотзывное бронирование. Приоритетное бронирование, повышенная комиссия и работа по разовым заявкам. 6.Перевозка пассажиров на регулярных рейсах. Тарифы, скидки и льготы на регулярных	Разработка и решение кейсов

	авиалиниях. 7.Перевозки пассажиров charterными авиарейсами. Заказчики charterной перевозки. Виды charterных программ: Разовые с отстоем. Шаттл-чартеры. Сплит-чартеры. Поли-чартерная перевозка. Транзит-чартеры. Договор charterной перевозки. Рекомендуемые источники: раздел 8 №№ 1-4, раздел 9, №№ 1-5	
--	---	--

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

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование раздела и темы дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Введение в организацию туристской деятельности.	1.Причины и факторы возникновения и развития туризма. 2. История развития мирового туризма. 3. Значение туризма в решении различных проблем общества. 4.Современное состояние туризма в России. 5. Классификация туризма по видам и направлениям.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; подготовка к решению кейса, - подготовка и написание контрольной работы
Тема 2. Организационные основы туризма.	1.Определение миссии и целей деятельности тур предприятий. 2.Обоснование производственной и организационной структур управления предприятием. 3.Права и обязанности турфирм и туристов.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; подготовка к решению кейса, - подготовка и написание контрольной работы

Тема 3. Основы формирования, продвижения и реализации туристского продукта.	1. Тур и туристский маршрут. Турпакет. Разновидности туров 2. Закон «Об основах туристской деятельности в РФ» - основные понятия. 3. Единый федеральный реестр туроператоров. (Закон) 4. Финансовое обеспечение. (Закон) 5. Страхование туристской деятельности	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; подготовка к решению кейса, - подготовка и написание контрольной работы
Тема 4. Ценообразование в туризме.	1. Цена турпакета. Виды цен в туризме. Тарифы туроператора.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; подготовка к решению кейса, - подготовка и написание контрольной работы
Тема 5. Организация процесса продажи туристского продукта.	1. Эффективность реализации туристского продукта. Реализация сбытовой политики организации в индустрии туризма. 2. Отличия в системе продаж туроператора и турагента. 3. Основные каналы продаж турпродукта в цифровой среде	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; подготовка к решению кейса, - подготовка и написание контрольной работы

Тема 6. Рекламные методы продвижения турпродукта.	1. Основные каналы коммуникации с клиентами 2. Анализ российского и зарубежного опыта по продвижению тур продуктов 3. Наиболее успешные рекламные компании в туризме. 4. Выставки, как один из наиболее эффективных инструментов по привлечению партнеров.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; подготовка к решению кейса, - подготовка и написание контрольной работы
Тема 7. Организация обслуживания клиентов.	1. Мотивационные аспекты в туризме. Систематизация туристских мотиваций. 2. Этапы принятия решения о покупке туристского продукта.	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; подготовка к решению кейса, - подготовка и написание контрольной работы
Тема 8. Договорные отношения в туризме	1. Определение meet-компаний, а также преимущества сотрудничества с ними аутгоинг-туроператоров. 2. Гостиничные цепи. Классификация отелей. Обзор гостиничных рынков регионов мира. 3. Права и обязанности пассажира, согласно Воздушному кодексу. Права и обязанности 4. Схемы взаимоотношений с жд-операторами. Продажа железнодорожных билетов в офисе туроператора. 5. Бронирование железнодорожных билетов для групп туристов через железнодорожные кассы. 6. Организация туристических поездов и вагонов. Роль автобусных маршрутов на внутренних маршрутах. 7. Две основные формы использования услуг автоперевозчиков:	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению ситуационных задач; подготовка к решению кейса, - подготовка и написание контрольной работ

	приобретение оператором собственного автобуса для организации дальнейших автобусных туров и сотрудничество с владельцами автобусов (автотранспортными предприятиями или частными лицами)	
--	---	--

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю (согласно таблице 3)

Текущий контроль успеваемости осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения ими самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- дискуссионные формы: дискуссия, круглый стол – проводятся по результатам самостоятельной подготовки;
- защита выполненного задания – проводится защита микрогруппой подготовленного самостоятельно экспертного заключения либо задания, выполненных непосредственно на семинаре;
- написание контрольной работы.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Департамента.

Промежуточный контроль проводится в форме Зачета/Экзамена по итогам модуля, оценки итоговых знаний и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в модуле	40
2.	Зачет/Экзамен	60
	Итого:	100

Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

№	Формы текущего контроля	Количество баллов
1.	Активная работа на семинарском занятии (в том числе блиц-опрос по теме)	12
2.	Посещение	6
3.	Выполнение заранее подготовленных для выступления на семинаре докладов, выступлений, кейсов, ситуационных задач (по перечню, предложенному преподавателем, ведущим семинары)	12
4.	Выполнение контрольной работы	10
	Итого	40

Вопросы для подготовки к контрольной работе

1. Туристские предприятия и их формы.
2. Определение миссии и целей деятельности предприятия.
3. Обоснование производственной и организационной структур управления предприятием.
4. Права и обязанности турфирм и туристов.
5. Документация туристской фирмы.
6. Закон «Об основах туристской деятельности в РФ» - основные понятия.
7. Единый федеральный реестр туроператоров. (Закон)
8. Финансовое обеспечение. (Закон)
9. Страхование туроператорской ответственности.
10. Современное состояние туризма в России.
11. Классификация туризма по видам и направлениям
12. Документооборот в туроперейтинге.
13. Уставные документы; бухгалтерские и статистические документы;
14. Документы, регламентирующие отношения с поставщиками.
15. Технологии обслуживания клиентов.
16. Документы, регламентирующие отношения с туристами; документы, регламентирующие отношения с партнерами.
17. Паспортно-визовые формальности. Визовый и безвизовый въезд российских граждан на территорию иностранных государств.
18. Визовый и безвизовый въезд иностранных граждан на территорию Российской Федерации.
19. Выставка как инструмент маркетинга, рекламы и продвижения на рынке. Основные направления работ по организации участия в выставке.
20. Разработка маркетинговых стратегий по продвижению туристических фирм.

21. Перечень основных рекламных инструментов туристических фирм и оценка их эффективности.

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

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

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине»

Типовые контрольные задания и материалы, необходимые для оценки знаний, умений, владений

Таблица 5

Код компетенции	Типовые контрольные задания
ПКН-2	Задания: 1. Написать краткое эссе с анализом факторов, отрицательно влияющих на развитие туризма в выбранном регионе. 2. Нарисовать схему организационной структуры туроператора 3. Провести SWOT-анализ деятельности туроператора А. 4. Провести оценку эффективности деятельности туроператора составив: - составить таблицу денежных потоков - рассчитать индекс рентабельности предприятия Тестовые задания: Как называется профиль туроператора, при котором он в принципе предлагает большой перечень курортов в нескольких

	странах (работа по разовым заявкам)? Ответ: 1) концентрированный профиль 2) сильно концентрированный профиль 3) Рассеянный профиль 4) Слабо концентрированный профиль Ситуационная задача Турист опозда на самолет и требует возврата стоимости тура. Что в данном случае должен предпринять турагент и туроператор? Должен ли туроператор вернуть деньги туристу? Обоснуйте ответ.
ПКи-1	Задания 1. Используя сеть Интернет, выявите наиболее крупные европейские meet-компании, работающие с Россией. 2. Осуществите анализ чартерных программ, реализуемых на туристском рынке региона. 3. Подготовьте сообщение о наиболее популярных авиаперевозчиках, осуществляющих свою деятельность на рынке региона Ситуационная задача: Вы решили открыть турагентство без офиса. Без наемных сотрудников. Какое программное обеспечение вам понадобится? Какими инструментами коммуникации с клиентами вы будете пользоваться? Подготовьте эссе на тему «Современные методы стимулирования сбыта турпродукта в турфирме».
ПКП-1	Задания Разработайте стратегию продвижения экскурсионного продукта с указанием используемых инструментов интернет-маркетинга. Задание в группах. Тестовые задания: Что из перечисленного не относится к неотъемлемым реквизитам договоров с поставщиками услуг? Ответ: 1) полное наименование, форма собственности, юридический и фактический адреса, банковские реквизиты и контактные телефоны сторон 2) место и время заключения договора о сотрудничестве 3) предмет договора (краткое раскрытие целевых установок сторон) 4) срок действия договора

ПКП-2	Задания: Кейс. Работа в группах Компания TNA занимается организацией групповых авторских туров по России и ближнему зарубежью. За 2022 год ее услугами воспользовались 678 туристов. Средняя цена тура TNA составляет 65 тыс руб. Сформулируйте портрет целевого клиента компании TravelNeverAlone. Проведите анализ информационных источников в интернете и сформулируйте УТП компании. Выделите ее основные преимущества и недостатки. Определите ее место относительно конкурентов. Задача Для оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью рассчитайте экономический эффект от рекламирования туров на Шри- Ланку, при условии, что дополнительные продажи туров после проведения рекламной компании составили 86452790 руб., затраты на рекламу - 1348695 руб., дополнительные расходы по приросту товарооборота – 56 421 руб., средняя маржинальность тура +15% к себестоимости.
-------	--

Примеры заданий по внеаудиторной самостоятельной работе.

Примеры кейсов.

Ответьте на вопросы и обоснуйте ответ.

1. Туриста, купившего путевку в Перу, не пускают на рейс в аэропорту из-за отсутствия вакцинации от желтой лихорадки. Чья вина, туриста или турфирмы?
2. Туристы забронировали тур 30.09-09.10 вылет туда 17:00, обратно 22:35. В начале отдыха туристам перенесли обратный вылет на 08:40. Турист требует возмещения за «потерянный» первый и последний день. Имеет ли он на это право? Если да, то к кому обращаться- к авиакомпании или ТО? В договоре время вылетов не указано.
3. Турист, отдыхая в Катаре, получил сильный солнечный ожог и попал в больницу. Позвонив менеджеру, он объяснил всю ситуацию. Что делать менеджеру в данной ситуации? Входят ли солнечные ожоги в страхование путешественников?
4. Турист собирается покинуть страну, которую посетил, но срок его визы истек. Куда ему необходимо обратиться?
5. Клиент оплатил тур, оператор его подтвердил, но в спешке не был заключен договор и на следующее утро клиент отказался от тура. Как менеджеру избежать такой ситуации?
6. Багаж туриста не довезли до пункта назначения, в панике он звонит

менеджеру. Что должен предпринять менеджер?

7. Турист опоздал на своей рейс и теперь требует возврат денег у турфирмы. Какие действия должны предпринять турист и турфирма? Клиента выселяют из отеля за нарушение правил проживания, не долго думая он звонит менеджеру и просит разобраться. Назовите возможные варианты для туриста со стороны туристского менеджера?

Кейсы

8. Будучи руководителем туроператорской компании, Вы разработали новый маршрут. Предполагается велосипедный тур по Подмоскovie, который займет 2-3 дня. Тур планируется в летнее время. Целевая аудитория – молодые люди разного пола, москвичи. Численность группы – до 15 участников. В сервисный пакет тура входит проживание 2 ночи в мотелях подмосковных городов, 3-разовое питание в придорожных предприятиях быстрого питания, обеспечение картами маршрута и путеводителем. В сервисный пакет не входит обеспечение спортивным снаряжением. Цели и содержание предполагаемого тура заданы как спортивно-оздоровительные и историко-познавательные.

Задание.

Предложите рекламную кампанию по продвижению данного тура. Обоснуйте свой выбор носителей, предполагаемую продолжительность, время и периодичность повторения рекламных предложений.

Предложите рекламный слоган для этой кампании.

9. Важным инструментом планирования и координации туризма является разработка целевых программ развития туризма. Какие, по-вашему, методы используются при разработке целевых программ. Дайте характеристику региональной программе развития туризма в исследуемом регионе, планируемым мероприятиям, как выполняются запланированные в программе мероприятия?

Перечень вопросов к экзамену

1. Сегментация туристских потоков.
2. Туристический оператор. Функции туроперейтинга.
3. Виды туроперейтинга.
4. Аутгоинговый туроператор.
5. Понятие о флайтерах.
6. Иинкаминговый и инсайд-туроператоры.
7. Профиль работы туристического оператора.
8. Монопрофильный туроператор. Многопрофильные туроператоры.

9. Реклама турпродукта и ее методы.
10. Турист. Права и обязанности туриста.
11. Турпроектирование. Маркетингового исследования туристского рынка.
12. Сегментирование туристского рынка по географическому принципу.
13. Сегментирование туристского рынка по экономическому принципу.
14. Сегментирование туристского рынка на принципах количественного предпочтения туристов.
15. Возрастное сегментирование.
16. Сегментирование по принципам туристических предпочтений.
17. Технологии продаж туристского продукта.
18. Прямая и опосредованная схема туроператорской деятельности.
19. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний.
20. Схемы сотрудничества туроператора с предприятиями гостиничной индустрии.
21. Типология гостиничных предприятий.
22. Классификация гостиниц по различным критериям.
23. Классификация по уровню комфорта.
24. Система классификации гостиниц и других средств размещения в РФ. Основные службы гостиницы.
25. Схемы работы туроператора с предприятиями гост. Индустрии.(аренда, комитмент, элотмент и.т.д.)
26. Типы гостеприимства.
27. Схемы сотрудничества туроператора с авиакомпаниями.
28. Регулярные рейсы.
29. Организация чартерных программ.
30. Тарифы в системе воздушных перевозок.
31. Схемы сотрудничества туроператора и железных дорог.
32. Схемы сотрудничества туроператора и судовладельцев.
33. Организация круизов.
34. Схемы сотрудничества туроператора и автотранспортных хозяйств.
35. Особенности организации автобусных перевозок детских групп.
36. Схемы сотрудничества туроператора и экскурсионных компаний.
37. Турагентская деятельность. Основные функции агентства.
38. Типы агентств.
39. Агентские сети, стратегии создания агентских сетей.
40. Способы стимулирования агентов.
41. Турпродукт.
42. Ценообразование турпродукта.

Примеры тестовых заданий

1. Турагент - это турфирма, которая занимается:

- А) формированием, продвижением и реализацией услуг (турпродукта);
- Б) посредник, занимающийся продажей сформированных туроператором туров, действующий на основе посреднических договоров;
- В) поставщик услуг туроператору.

2. Реклама туристского продукта наиболее эффективна:

- А) в виде проспектов;
- Б) путем участия в туристских выставках и ярмарках, радио и телевизионная реклама;
- В) в виде рекламных листов, распространяемых по почте.

3. Туроператор занимается тем, что:

- А) формирует, продвигает и реализует продукт;
- Б) занимается только созданием турпродуктов;
- В) занимается продажей, сформированных турагентом туров.

4. Чему равен размер финансового обеспечения, отражаемый в договоре страхования гражданской ответственности туроператора или в банковской гарантии (в млн. руб):

А) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере международного туризма _____;

Б) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма _____;

В) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего и международного туризма _____.

5. Инициативный туроператор-это:

- А) туроператор, отправляющий туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими туроператорами;
- Б) туроператор на приеме, то есть комплектующий туры и программы обслуживания туристов с исполнением прямых договоров с поставщиками услуг.

6. Что означает аббревиатура ВВ:

- А) размещение +завтрак;
- Б) 2-х разовое питание. (завтрак+ужин);
- В) 3-х разовое питание (завтрак+обед+ужин).

7. Ваучер-это:

- А) комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов;
- Б) документ, выданный туристской или транспортной компанией в подтверждении того, что турист оплатил конкретные виды услуг: проживание в гостинице, питание, экскурсионное обслуживание, проезд на транспорте и является основанием для получения этого обслуживания;
- В) комплекс мер, направленных на реализацию турпродукта.

При оказании туристских услуг фирма должна обеспечить:

- А) приемлемый уровень риска для жизни и здоровья туристов, как в обычных условиях, так и в чрезвычайных ситуациях (стихийных бедствиях и т.п.);
- Б) совершенно безопасные условия проведения тура с исключением чрезвычайных ситуаций;
- В) дифференцированный уровень риска, зависящий от конкретных условий тура.

ПРИМЕР ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Департамент туризма и гостиничного бизнеса

Дисциплина «Организация туроператорской деятельности»

Факультет экономики и бизнеса

Форма обучения _____

Семестр \ модуль ____

Направление подготовки 43.03.02 Туризм.

Профиль \ магистерская программа _____

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

1 Теоретическая часть (20 баллов).

Раскройте понятия монопрофильный и многопрофильный туроператор.
Опишите их преимущества и недостатки.

2 вопрос (10 баллов). Тестовая часть.

1. Турагент - это турфирма, которая занимается:

- А) формированием, продвижением и реализацией услуг (турпродукта);
- Б) посредник, занимающийся продажей сформированных туроператором туров, действующий на основе посреднических договоров;
- В) поставщик услуг туроператору.

2. Реклама туристского продукта наиболее эффективна:

- А) в виде проспектов;
- Б) путем участия в туристских выставках и ярмарках, радио и телевизионная реклама;
- В) в виде рекламных листов, распространяемых по почте.

3. Туроператор занимается тем, что:

- А) формирует, продвигает и реализует продукт;
- Б) занимается только созданием турпродуктов;
- В) занимается продажей, сформированных турагентом туров.

4. Чему равен размер финансового обеспечения, отражаемый в договоре страхования гражданской ответственности туроператора или в банковской гарантии (в млн. руб):

- А) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере международного туризма

_____;
Б) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма

_____;
В) для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего и международного туризма_____.

5. Инициативный туроператор-это:

А) туроператор, отправляющий туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими туроператорами;

Б) туроператор на приеме, то есть комплектующий туры и программы обслуживания туристов с исполнением прямых договоров с поставщиками услуг.

3 вопрос (30 баллов). Практико-ориентированное задание.

Накануне вылета у туристов произошла замена времени вылета с утреннего на вечерний. Туристы потеряли время на отдыхе и требуют компенсацию от турагента.

Вопросы:

1. Кто несет ответственность за перенос времени вылета?
2. Могут ли туристы рассчитывать на какую-либо компенсацию, если рейс был чартерным?

Подготовил:

Утверждаю:

_____ Дата

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков

Приказ от 23.03.2017 №0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете» и приказы филиалов по данному вопросу.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

Нормативно-правовые акты

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996г. №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в посл. ред. ФЗ)
2. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года /Утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года №2129-р
3. Федеральный закон от 28.06.2014 №172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»

Основная литература

4. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 472 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13683-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/519673> (дата обращения: 05.05.2023).
5. Кусков, А. С. Технологии организации туроператорской деятельности : учебник / А. С. Кусков, Н. В. Сирик. — Москва : КноРус, 2021. — 383 с. — (Бакалавриат). - ЭБС BOOK.ru. - URL: <https://book.ru/book/940182> (дата обращения: 05.05.2023). — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

6. Пяткова, С. Г. Организация туристской деятельности : учебно-методическое пособие / С. Г. Пяткова. — Сургут : СурГПУ, 2015. — 98 с. — ЭБС Лань. - URL: <https://e.lanbook.com/book/151908> (дата обращения: 05.05.2023). — Текст : электронный.
7. Маркетинг туризма : учебное пособие для обучения студ. вузов по напр. подгот. "Туризм", "Гостиничное дело" / И. В. Гончарова, Т. П. Розанова, М. А. Морозов, Н. С. Морозова. — Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 224 с. — (Федеральная целевая программа "Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ (2011-2018 годы). — Текст : непосредственный. - То же. - ЭБС Лань. — URL: <https://e.lanbook.com/book/152023> (дата обращения: 05.05.2023). - Текст: электронный.
8. Морозов, М. А. Экономика организации туризма: учебник для вузов / М. А. Морозов, Н. С. Морозова. - Москва: Юрайт, 2018. - 300 с. - 5-е изд., испр. и доп. -Текст : непосредственный. - То же. - 2021. - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473233> (дата обращения: 05.05.2023). - Текст : электронный.
9. Региональная экономика: учебник для вузов / Е. Л. Плисецкий, Л. Н. Еремеева, Н. В. Иванова [и др.]; Финуниверситет ; под ред. Е. Л. Плисецкого. - 3-е изд., перераб. и доп. —Москва: Юрайт, 2021. - 533 с. - (Высшее образование). - Текст : непосредственный. - То же. - 2023. - Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.urait.ru/bcode/510967> (дата обращения: 05.05.2023). - Текст : электронный.
10. Шимова О. С. Основы устойчивого туризма : учебное пособие / О. С. Шимова.. — Москва: Новое знание : Инфра-М, 2012. — 190 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Текст : непосредственный. - То же. - 2016. - ЭБС

ZNANIUM.com. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/558464> (дата обращения: 05.05.2023). - Текст : электронный.

11. Христов, Т. Т. География туризма : учебник для вузов / Т. Т. Христов. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 273 с. — (Высшее образование). — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496605> (дата обращения: 05.05.2023). — Текст : электронный.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ www.economy.gov.ru Глобальный этический кодекс туризма-
<http://www.kadis.ru/texts/index.phtml?id=40197>
2. The Association for Tourism and Leisure Education (ATLAS) –
<http://www.atlas-euro.org>
3. European Travel Comission –<http://ww.etc-corporate.org>
4. CECTA - Central European Countries Travel Association –
<http://www.cecta.org>
5. WATA - World Association of Travel Agencies – <http://www.wata.net>
6. Ассоциация бизнес-туризма – <http://businesstravelrussia.ru>
7. Ассоциация содействия туристским технологиям- <http://asset.ru>
8. Клуб защиты прав туристов – <http://turistprav.ru>
9. Интернет-страница всемирной туристической организации <http://www.unwto.org>
10. Интернет-страница Российского союза туриндустрии <http://www.ros-tourunion.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучающимся необходимо:

1. Ознакомиться с содержанием рабочей программы дисциплины (далее - РПД), с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы. РПД, а также все методические разработки поданной дисциплине имеются на образовательном портале и сайте Департамента туризма и гостиничного бизнеса.
2. Ознакомиться с графиком консультаций .

Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, зачету, экзамену; выполнение контрольной работы .

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения - в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны выполняться самостоятельно и представляться в срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

При подготовке самостоятельных заданий студентам следует:

- руководствоваться графиком самостоятельной работы, определенным РПД;
- выполнять все плановые задания, выданные преподавателем для самостоятельной подготовки, разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы.

Одной из форм самостоятельной работы студента является подготовка сообщений и докладов, для обсуждения их на семинарском занятии.

Цель сообщений и доклада - развитие у студентов навыков аналитической работы с научной литературой, анализа дискуссионных научных позиций, аргументации собственных взглядов. Подготовка научных докладов также развивает творческий потенциал студентов.

Темы докладов определяются преподавателем и распределяются между студентами с учетом их интересов. Доклад готовится под руководством преподавателя, который ведет практические (семинарские) занятия.

Рекомендации студенту:

- перед началом работы по написанию доклада с преподавателем согласовывается структура доклада, выделяются вопросы, на которые следует обратить особое внимание (при подготовке доклада по применению нормативных документов, регламентирующих отдельные вопросы реализации кризис- диагностики), по проблемным и дискуссионным теоретическим вопросам согласовать литературу, на основе которой будут выстраиваться основные положения доклада, а также обсудить ключевые вопросы, которые следует раскрыть в докладе;
- выступить на семинарском занятии с 10-15 минутной презентацией своего доклада, ответить на вопросы студентов группы.

Требования:

- к оформлению доклада в форме презентации. На титульном листе указывается наименование учебного заведения, название департамента, наименование дисциплины, тема доклада, ФИО студента;
- к структуре доклада - оглавление, введение (указывается актуальность, цель и задачи), основная часть, выводы автора, список литературы (не менее 5

позиций). Объем согласовывается с преподавателями. В конце работы ставится дата ее выполнения и подпись студента, выполнившего работу.

Общая оценка за доклад учитывает содержание доклада, его презентацию, а также ответы на вопросы.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Выполнение практических заданий направлено на оценку качества усвоения студентами дисциплины, владения навыками системного анализа и решения практических заданий. При подготовке к выполнению работы студент должен изучить рекомендуемые нормативные правовые акты и учебную литературу, а также повторить ключевые положения и определения по изученным вопросам учебной дисциплины.

В ходе выполнения работы студенты должны проявить знания основных вопросов по темам учебной дисциплины, а также умения решать типовые задачи, формулировать четкие и содержательные ответы на вопросы, проводить сравнительную оценку. Сравнительно-аналитическая групповая работа предполагает письменные ответы на вопросы и представление результатов исследования в формате презентаций.

Студентам при подготовке следует использовать нормативные документы Финансового университета, Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные приказом Финуниверситета от 11.05.2021 г. № 1040 (см. сайт Финансового Университета: на главной странице раздел «Наш университет»; далее «Единая правовая база Финуниверситета»), использовать методические рекомендации департамента.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных

справочных систем (при необходимости).

10.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Windows, MicrosoftOffice
2. Антивирус Kaspersky

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

	ние рекомендуемых технических и ютерных средств обучения	нование разделов и тем
	вая база данных ультантПлюс»	мы
	очно-правовая система «Гарант»	мы
	skin.ru – Система комплексного ытия информации «СКРИН».	мы
	мационная система СПАРК.	мы

11.3.Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не предусмотрены

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Лекционные и практические занятия по дисциплине «Формирование и развитие туристских кластеров» проводятся в аудиториях, оборудованных мультимедийной системой. Для проведения семинарских занятий, предполагающих свободный доступ студентов к ресурсам сети Интернет, необходимо наличие в аудитории стандартного беспроводного доступа в Интернет. Студентам предоставлены специальные помещения для проведения лекций, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Фонды оценочных средств

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	Комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта	<i>Туристский продукт</i>	ПКН-1
	Сфера реализации туристского продукта и проявления экономических отношений	<i>Туристский рынок</i>	ПКН-1
	Технологически взаимосвязанные между собой предприятия и организации, участвующие в создании туристского продукта	<i>Предприятия туристической индустрии</i>	ПКН-1
	Юридическое лицо, имеющее финансовое обеспечение, формирующее комплекс туристских услуг для последующего его продвижения и реализации турагентам, а также формирующее комплекс туристских услуг по запросу турагента в интересах туриста и (или) иного заинтересованного лица	<i>Туроператор</i>	ПКН-1
	Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, действующие от имени и в интересах туроператора либо от своего имени, но в интересах туроператора и осуществляющие продвижение комплекса туристских услуг, а также его предоставление туристам и /или иным заказчикам по договору реализации туристского продукта	<i>Турагент</i>	ПКН-1
	Какой целевой законодательный акт регулирует деятельность туристской индустрии в Российской Федерации на сегодняшний день: А) Целевая федеральная «Программа развития туризма в РФ»; Б) Указ Президента РФ «О реорганизации и развитии туризма в РФ»; В) Туристский Кодекс Российской Федерации; Г) Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ»	Г) Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ»	ПКН-1
	В соответствии с рекомендациями ЮНВТО к основным типам туризма НЕ относится: А) национальный; Б) внутренний; В) въездной; Г) выездной	А) национальный;	ПКН-1
	Операторы, которые продают огромное количество туристских пакетов, в которых часто используются чартерные авиарейсы в определенные места назначения (например, операторы Teztour, TUI, Pegas touristik, Туральянс и другие)	<i>Операторы массового рынка</i>	ПКН-1
	К какому виду туризма относятся поездки с целью ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями: А) к деловому туризму; Б) к познавательному туризму; В) к рекреационному туризму; Г) к сельскому туризму	Б) к познавательному туризму;	ПКН-1
	Какая из нижеперечисленных функций относится к основным обязанностям турагента? А) договорная (заключение договоров с поставщиками туристских услуг); Б) калькулятивная (расчет стоимости тура); В) реализационная (реализация туристского продукта на рынке)	В) реализационная (реализация туристского продукта на рынке);	ПКН-1

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	рынке); Г) маркетинговая		
	Операторы, специализирующиеся на определенном продукте или секторе рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма)	<i>Специализированные операторы</i>	ПКН-1
	Операторы, которые разрабатывают турпоездки по нескольким фронтам сразу. Таких операторов на туристском рынке большая часть	<i>Многопрофильные операторы</i>	ПКН-1
	Что из нижеперечисленного относится к одной из основных обязанностей туроператора: А) информация и консультация клиентов; Б) формирование туристского продукта; В) реализация туристского продукта на рынке; Г) оформление договорной документации с клиентом	Б) формирование туристского продукта;	ПКП-1
	Форма работы туроператора с поставщиками гостиничных услуг, при которой оператор заявляет о размерах и длительности собственного блока мест в отеле, но не оплачивает его предварительно. Оплата отеля в этом случае осуществляется перед каждым заездом туристов	<i>Элотмент</i>	ПКП-1
	Форма работы туроператора с поставщиками гостиничных услуг, при которой характерна полная или частичная (не менее 50 %) предоплата заявленного количества номеров непосредственно перед началом сезона. Кроме того, туроператор не может отказаться от заявленного блока до окончания сезона	<i>Комитмент</i>	ПКП-1
	Назовите сокращенное наименование международной межправительственной организации в сфере туризма, действующей под патронажем ООН: А) ВТО; Б) РОТ; В) ЮНВТО; Г) РСТ	В) ЮНВТО;	ПКП-1
	Что из нижеперечисленного НЕ входит в понятие туристские ресурсы страны: А) природные и климатические условия; Б) недра и полезные ископаемые; В) достопримечательности и памятники культуры; Г) удачное экономико-географическое положение	Б) недра и полезные ископаемые;	ПКП-1
	По своему положению турагентства делятся: А) на инициативные и рецептивные; Б) на внешние и внутренние; В) на крупные и мелкие; Г) на независимые (самостоятельные) и дочерние	Г) на независимые (самостоятельные) и дочерние	ПКП-1
	Какие две основные характеристики определяют качество туристских ресурсов: А) известность и доступность; Б) запоминаемость и неповторимость; В) узнаваемость и распространенность; Г) заброшенность и обветшалость	А) известность и доступность;	ПКП-1
	К какому виду туристских ресурсов относится знаменитый смог (от англ. smoke — дым и fog — туман) - смесь из промышленных отходов и природного тумана - в таком крупном промышленном центре как Лондон: А) к природным; Б) к антропогенным;	Г) к смешанным	ПКП-1

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	В) к климатическим; Г) к смешанным		
	Форма взаимоотношений туроператора и отеля, смысл которой состоит в резервировании туроператором определенного количества номеров на сравнительно небольшой временной период (чаще всего на праздничные либо на другие пиковые даты) с указанием в заявке крайнего срока оплаты брони. При этом отказ туроператора от забронированных номеров без уплаты им штрафных санкций невозможен	<i>Безотзывное бронирование</i>	ПКП-1
	Простая форма взаимоотношения туроператора и отеля, при которой резервирование номера оператором происходит под желания конкретного клиента, либо внесшего предоплату, либо оплатившего гостиничную услугу полностью	<i>Работа на условиях стандартной комиссии</i>	ПКП-1
	Форма работы туроператоров и предприятий гостеприимства, при которой нарабатываемая прогрессивная комиссия изменяется в течение сезона в зависимости от количества поставленных оператором постояльцев	<i>Работа на условиях повышенной комиссии</i>	ПКП-1
	Данное направление включает в себя все уровни взаимодействия между компаниями. При этом могут использоваться специальные технологии и стандарты электронного обмена данными, например, такие, как EDI. Намечается тенденция использования таких систем не только в качестве технологических средств совершенствования бизнес-процессов, но и в качестве мощного маркетингового инструмента формирования агентской сети. При таком подходе турагентство будет привязываться к тому или иному оператору при помощи совместного использования соответствующего программного обеспечения и переход к другому оператору будет сопровождаться перестройкой работы внутри агентства	<i>Business-to-business (B2B)</i>	ПКП-2
	Основу этого направления составляет электронная розничная торговля	<i>Business-to-consumer (B2C)</i>	ПКП-2
	Взаимодействие бизнеса и администрации включает деловые связи коммерческих структур с государственными организациями, начиная от местных властей и заканчивая международными организациями	<i>Business-to-administration (B2A)</i>	ПКП-2
	Это направление наименее развито, однако имеет достаточно высокий потенциал, который может быть использован для организации взаимодействия государственных структур и потребителей, особенно в социальной и налоговой сфере	<i>Consumer-to-administration (C2A)</i>	ПКП-2
	Подразумевается возможность взаимодействия потребителей для обмена коммерческой информацией. Это может быть обмен опытом приобретения того или иного товара, обмен опытом взаимодействия с той или иной фирмой и многое другое	<i>Consumer-to-consumer (C2C)</i>	ПКП-2
	Какой статус имеет посетитель, осуществивший, по меньшей мере, одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения вне места постоянного проживания: А) аппликант; Б) экскурсант; В) турист; Г) мигрант	В) турист;	ПКП-2
	В каком году были внесены такие поправки в Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ», что он получил название «законом о фингарантиях»?	Г) в 2007 г	ПКП-2

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	А) в 1996 г. Б) в 2002 г. В) в 2003 г. Г) в 2007 г		
	Какое название имеет на сегодняшний день крупнейшее предпринимательское объединение отрасли туризма в Российской Федерации? А) Российский Союз Туриндустрии (РСТ); Б) Российское общество туристов (РОТ); В) Российская Ассоциация Туристических Агентств (РАТА); Г) Всесоюзное Общество Предприятий Туризма (ВОПТ);	А) Российский Союз Туриндустрии (РСТ);	ПКП-2
	Назовите размер финансового обеспечения ответственности туроператора туроператоров с годовым оборотом до 250 млн. рублей, осуществляющего свою деятельность в области международного (внешнего) туризма. А) 30 млн. руб. Б) 60 млн. руб. В) 100 млн. руб. Г) 500 тыс. руб.	А) 30 млн. руб.	ПКП-2
	По месту деятельности туроператоры делятся на операторов: А) массового рынка и специализированных Б) инициативных и рецептивных В) внешних и внутренних Г) независимых и дочерних	В) внешних и внутренних	ПКП-2
	Как называется тип авиарейсов, предусматривающих пересадку туристов с одного самолета на другой: А) прямые; Б) регулярные; В) чартерные; Г) стыковочные	Г) стыковочные	ПКП-2
	Полное и конкретное описание проданного турпродукта приводится: А) в договоре о туристском обслуживании; Б) в путевке по форме «ТУР-1»; В) в каталоге турфирмы; Г) в ваучере туриста	в путевке по форме «ТУР-1»;	ПКП-2

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (в полной мере): теоретические, правовые, практические основы инновационных процессов в индустрии гостеприимства; сущность, роль и цели внедрения инноваций в сфере гостеприимства; типологии инноваций и особенностей их применения в гостиницах и ресторанах; особенности разделения нововведений по инновационному потенциалу; теоретические основы бизнес-планирования и анализа деятельности гостиниц и других средств размещения с учетом инновационной деятельности; взаимосвязи экскурсионной деятельности с другими видами туристской и гостиничной деятельности; услуги гида-экскурсовода и гида-переводчика, обязанности и параметры эффективности гида-экскурсовода и гида-переводчика; виды и формы коммуникации аспекты экскурсионных технологий и коммуникаций

Умеет: (самостоятельно): проводить оценку эффективности инновационных проектов в сфере гостеприимства; организовать работу с договорно-правовой документацией инновационного проекта; прогнозировать продажи и оценивать доходности нового продукта с применением инновационных технологий в туристской деятельности; разрабатывать туристский, гостиничный и ресторанный продукт и продвигать его с учетом инноваций и трендов цифровизации; использовать технологии экскурсионной деятельности при организации туристской деятельности и оценивать релевантность и эффективность экскурсионных мероприятий; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; организовывать, регламентировать и контролировать процессы обслуживания;

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся **Знать:** взаимосвязи экскурсионной деятельности с другими видами туристской и гостиничной деятельности; услуги гида-экскурсовода и гида-переводчика, обязанности и параметры эффективности гида-экскурсовода и гида-переводчика; виды и формы коммуникации аспекты экскурсионных технологий и коммуникаций; теоретические, правовые, практические

особенности организации деятельности туристского предприятия

Умеет: (самостоятельно): проводить оценку эффективности инновационных проектов в сфере гостеприимства; организовать работу с договорно-правовой документацией инновационного проекта; прогнозировать продажи и оценивать доходности нового продукта с применением инновационных технологий в туристской деятельности; разрабатывать туристский, гостиничный и ресторанный продукт и продвигать его с учетом инноваций и трендов цифровизации; компетентно определять необходимую структуру и содержание социально-экономических исследований в туристской индустрии; изучать спрос, определять виды, формы и элементы турпродукта, сегментировать туристский рынок

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (на уровне минимальных требований): теоретические, правовые, практические особенности организации деятельности туристского предприятия

Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) компетентно определять необходимую структуру и содержание социально-экономических исследований в туристской индустрии; изучать спрос, определять виды, формы и элементы турпродукта, сегментировать туристский рынок

- оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется, если обучающийся не знает: (на уровне минимальных требований): алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; **не умеет** оценивать эффективность формирования и использования материальных, финансовых, трудовых ресурсов бизнеса; Не умеет: (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) принимать е экономические решения в различных областях жизнедеятельности; **не умеет** оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых управленческих решений.