

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
СТЕРЛИТАМАКСКИЙ КОЛЛЕДЖ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ,
УПРАВЛЕНИЯ И СЕРВИСА

**Комплект оценочных средств
по междисциплинарному курсу
«Технология и организация туроператорской деятельности»
специальности 43.02.10 «Туризм»**

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт комплекта оценочных средств	3
1.1. Область применения	3
1.2. Результаты освоения междисциплинарного курса, подлежащие проверке	3
2. Комплект фонда оценочных средств по междисциплинарному курсу	5
2.1. Задания для проведения промежуточного контроля в форме итоговой контрольной работы	5
2.2. Задания для оценки усвоения знаний	6
2.3. Задания для оценки усвоения умений:	20

1. Паспорт комплекта оценочных средств

1.1. Область применения

Комплект оценочных средств включает контрольно-измерительные материалы (КИМы), которые предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу междисциплинарного курса «Технология и организация туроператорской деятельности» основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 43.02.10 «Туризм».

КИМы состоят из контрольного материала для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме итоговой контрольной работы.

КИМы разработаны на основании:

- основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО 43.02.10 «Туризм»;
- положения о фонде оценочных средств основной профессиональной образовательной программы в ГПОУ СКФКУиС;
- рабочей программы профессионального модуля «Предоставление туроператорских услуг».

1.2. Результаты освоения междисциплинарного курса, подлежащие проверке

Комплект контрольно-измерительных материалов позволяет оценивать освоение умений и усвоение знаний:

Освоенные умения, усвоенные знания	№№ заданий для проверки
Умения	
работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации	Практическая работа №13
обрабатывать информацию и анализировать результаты	Практическая работа №1
налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран	Практическая работа №9
работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных	Практическая работа №3
работать с информационными и справочными материалами	Практическая работа №2
составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов	Практическая работа №4
составлять турпакеты с использованием иностранного языка	Практическая работа №5
оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам	Практическая работа №14
оформлять страховые полисы	Практическая работа №14
вести документооборот с использованием информационных технологий	Практическая работа №7
анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы	Практическая работа №6
рассчитывать стоимость проживания, питания,	Практическая работа №15

транспортного и экскурсионного обслуживания	
рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта	Практическая работа №16
работать с агентскими договорами	Практическая работа №8
использовать каталоги и ценовые приложения	Практическая работа №11
консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта	Практическая работа №12
работать с заявками на бронирование туруслуг	Практическая работа №10
предоставлять информацию турагентам по рекламным турам	Практическая работа №16
использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение	Практическая работа №14
использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках	Практическая работа №14
Знания	
правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках	Тестовые задания, вариант 1: 21, 22, 25 Тестовые задания, вариант 2: 21, 22, 25 Тестовые задания, вариант 3: 21, 22, 25
методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту	Тестовые задания, вариант 1: 23, 24 Тестовые задания, вариант 2: 23, 24 Тестовые задания, вариант 3: 23, 24
планирование программ турпоездов	Тестовые задания, вариант 1: 16, 17, 18 Тестовые задания, вариант 2: 16, 17, 18 Тестовые задания, вариант 3: 16, 17, 18
основные правила и методику составления программ туров	Тестовые задания, вариант 1: 6, 7, 8 Тестовые задания, вариант 2: 6, 7, 8 Тестовые задания, вариант 3: 6, 7, 8
правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями	Тестовые задания, вариант 1: 9 Тестовые задания, вариант 2: 9 Тестовые задания, вариант 3: 9
способы устранения проблем, возникающих во время тура	Тестовые задания, вариант 1: 29, 30 Тестовые задания, вариант 2: 29, 30 Тестовые задания, вариант 3: 29, 30
методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания	Тестовые задания, вариант 1: 20 Тестовые задания, вариант 2: 20 Тестовые задания, вариант 3: 20
методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта	Тестовые задания, вариант 1: 19 Тестовые задания, вариант 2: 19 Тестовые задания, вариант 3: 19
методику создания агентской сети и содержание агентских договоров	Тестовые задания, вариант 1: 15 Тестовые задания, вариант 2: 15 Тестовые задания, вариант 3: 15
основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта	Тестовые задания, вариант 1: 27, 28 Тестовые задания, вариант 2: 27, 28 Тестовые задания, вариант 3: 27, 28
правила бронирования туруслуг	Тестовые задания, вариант 1: 14 Тестовые задания, вариант 2: 14 Тестовые задания, вариант 3: 14
методику организации рекламных туров	Тестовые задания, вариант 1: 10, 11, 12 Тестовые задания, вариант 2: 10, 11, 12 Тестовые задания, вариант 3: 10, 11, 12

правила расчетов с турагентами и способы их поощрения	Тестовые задания, вариант 1: 13 Тестовые задания, вариант 2: 13 Тестовые задания, вариант 3: 13
техники эффективного делового общения, протокол и этикет	Тестовые задания, вариант 1: 3, 4, 5 Тестовые задания, вариант 2: 3, 4, 5 Тестовые задания, вариант 3: 3, 4, 5
специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами	Тестовые задания, вариант 1: 1, 2 Тестовые задания, вариант 2: 1, 2 Тестовые задания, вариант 3: 1, 2

2. Комплект фонда оценочных средств по междисциплинарному курсу

2.1. Задания для проведения промежуточного контроля в форме итоговой контрольной работы.

Для обучающегося:

Максимальное время подготовки к итоговой контрольной работе - 40 мин.

Перечень вопросов для проверки знаний:

1. Понятие «туроператорская деятельность», «туроператор», виды туроператоров.
2. Функции туроператоров.
3. Нормативно-правовая база и государственное регулирование туроператорской деятельности.
4. Структура туристского продукта. Основные и дополнительные услуги..
5. Схемы работы туроператора при формировании туров.
6. Особенности разработки маршрута при формировании туристского продукта.
7. Схемы работы туроператора туроператора с авиакомпаниями
8. Схемы работы туроператора с предприятиями железнодорожного и автомобильного транспорта.
9. Схемы работы туроператора с судовладельцами.
10. Схемы работы туроператора туроператора с предприятиями размещения.
11. Схемы работы туроператора туроператора с предприятиями питания
12. Схемы работы туроператора с экскурсионными организациями.
13. Договорные отношения в туроператорской деятельности.
14. Технологическая и справочная документация.
15. Внутренние и внешние каналы сбыта туроператора.
16. Построение агентской сети туроператора.
17. Правоспособность, кредитоспособность и дееспособность турагентства.
18. Правила расчетов с турагентами.
19. Франчайзинг в туризме.
20. Инфотуры.
21. Фам-туры.
22. Реклама турпродукта туроператором.
23. Каталог туроператора как средство продвижения турпродукта.
24. Участие туроператора в выставках.
25. Стимулирование сбыта в деятельности туроператора.
26. PR в деятельности туроператора.
27. Расчет стоимости турпродукта и ценообразование.

28. Учетная политика и налогообложение в деятельности туроператора.
 29. Прибыль и доход как показатель эффективности деятельности туроператора.
 30. Рентабельность и прибыльность турпродукта.

Руководство для преподавателя

Критерии оценок

Вид проверочной работы	Система оценивания
Устная	5-ти бальная стандартная система в зависимости от качества проявления основных знаний, умений и навыков

«Отлично» ставится, если обучающийся полно, логично, осознанно излагает материал, выделяет главное, аргументирует свою точку зрения на ту или иную проблему, имеет системные полные знания и умения по составленному вопросу. Содержание вопроса обучающийся излагает связно, в краткой форме, раскрывает последовательно суть изученного материала, демонстрируя прочность и прикладную направленность полученных знаний и умений, не допускает терминологических ошибок и фактических неточностей.

«Хорошо» ставится, если обучающийся знает материал, строит ответ четко, логично, устанавливает причинно-следственные связи в рамках дисциплины, но допускает незначительные неточности в изложении материала и при демонстрации аналитических умений. В ответе отсутствуют незначительные элементы содержания или присутствуют все необходимые элементы содержания, но допущены некоторые ошибки, иногда нарушалась последовательность изложения.

«Удовлетворительно» ставится, если обучающийся ориентируется в основных понятиях, строит ответ на репродуктивном уровне, но при этом допускает неточности и ошибки в изложении материала, нуждается в наводящих вопросах, не может привести примеры, допускает ошибки методического характера при анализе дидактического материала и проектировании различных видов деятельности.

«Неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не ориентируется в основных понятиях, демонстрирует поверхностные знания, если в ходе ответа отсутствует самостоятельность в изложении материала либо звучит отказ дать ответ, допускает грубые ошибки при выполнении заданий аналитического характера

Условием положительной аттестации по учебной дисциплине является положительная оценка освоения всех умений и знаний по всем контролируемым показателям.

Предметом оценки освоения учебной дисциплины являются умения и знания. Итоговая контрольная работа по междисциплинарному курсу проводится с учетом результатов текущего контроля оценивания.

2.2. Задания для оценки усвоения знаний

Для обучающегося

Максимальное время на решение тестовых заданий - 40 мин

Вариант 1.

1. Для какой деловой культуры являются обязательными требования соблюдения исламских традиций:

- А) североамериканской;
- Б) китайской;

- В) японской;
Г) арабской.
2. При выборе сувениров и подарков для коллег из Китая следует избегать дарить:
- А) плюшевых зверей и кукол;
Б) острые предметы;
В) часы;
Г) альбомы с видами Москвы.
3. Что не относят к правилам эффективного слушания?
- А) перестаньте говорить;
Б) будьте терпеливы;
В) задавайте вопросы;
Г) планируйте беседу.
4. Этот вид приема проводится стоя, без рассадки за столами:
- А) чай;
Б) завтрак;
В) обед-буфет;
Г) коктейль.
5. Как называются карточки, которыми обозначаются места гостей за столом:
- А) посадочные;
Б) кувертные;
В) гостевые;
Г) застольные.
6. Что такое «жесткий блок»?
- А) экономичные условия перевозки;
Б) 100%-ная предоплата авиабилетов;
В) авиарейс без питания на борту;
Г) самостоятельный перелет туристов.
7. Язык оформления международных соглашений:
- А) русский язык;
Б) государственные языки сторон соглашения;
В) приемлемый третий язык;
Г) двуязычное соглашение – на русском языке и языке, выбранном партнером.
8. Договор о текущем бронировании предполагает:
- А) более низкие тарифы;
Б) предоплату квоты мест;
В) обычные тарифы на гостиничные места;
Г) приоритет на заселение гостей.
9. Вид страхования, способный защитить финансовые интересы фирмы:
- А) страхование от невыезда;
Б) страховка от неполучения визы;
В) страхование профессиональной ответственности;
Г) имущественное страхование.
10. По целям организации рекламные туры разделяют на директорские туры, туры для новичков турбизнеса и:
- А) смешанные туры;

- Б) туры общего характера;
- В) туры для агентов по бронированию;
- Г) туры для менеджеров по направлению.

11. Этот вид рекламных туров организовывается специально для руководителей туристических агентств:

- А) смешанные туры;
- Б) директорские туры;
- В) туры для менеджеров;
- Г) туры для новичков.

12. Ведущей целью данных поездок является стремление заинтересовать туристических операторов в дальнейшей работе с данным туристическим направлением и с зарубежным инкаминговым туроператором:

- А) инфотуры;
- Б) фам-туры;
- В) бизнес-туры;
- Г) рекламные туры.

13. Регулярная рассылка работникам агентской сети каталогов и другой информационно-рекламной продукции, проведение мастер-классов для заинтересованных агентств, проведение семинаров и презентаций, касающихся наиболее важных и актуальных проблем туристического бизнеса, относятся к _____ способам стимулирования агентской активности.

14. Системы бронирования, предназначенные для реализации ресурсов авиакомпаний и управления ими через агентства:

- А) инверторные;
- Б) дистрибьюторные;
- В) ресурсные;
- Г) глобальные.

15. В такой агентской схеме туристический оператор сознательно допускает наличие еще одного уровня посредников между собой и потребителями — регионального представителя:

- А) прямая;
- Б) презентативная;
- В) двухуровневая;
- Г) совмещенная.

16. Программа обслуживания - это скорее:

А) набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура.;

Б) четкий взаимосвязанный и согласованный график загрузки предприятия размещения;

В) программа, которая прикладывается к договору между фирмами-партнерами или оформляется в виде заказа (листа бронирования) в случае индивидуальной продажи тура;

Г) расписание авиа и авто перевозок на туре

17. Если туроператором предусматриваются экскурсионно-познавательные туры, то выбираются страны:

А) обладающие соответствующими природными ресурсами: теплое море, солнце, пляж;

Б) с безвизовым режимом;

В) с тропическим климатом;

Г) с наиболее интересными туристскими достопримечательностями.

18. Комплексный тематический подбор экскурсий и досуговых мероприятий, освещающих национальные особенности и богатства страны подразумевает технология организации:

А) экотуров;

Б) деловых туров;

В) экскурсионных туров;

Г) фольклорных туров.

19. Метод ценообразования, в основе которого лежат факторы спроса с ориентацией на спрос:

А) правильного варианта нет;

Б) метод с ориентацией на уровень конкурентов;

В) метод с ориентацией на спрос;

Г) затратный метод.

20. _____ калькуляция рассчитывается при проектировании новых видов продукции при отсутствии норм расхода.

21. Международная туристская выставка КОТФА проводится:

А) в Вене;

Б) в Сеуле;

В) в Лондоне;

Г) в Екатеринбурге.

22. Сопоставьте понятия и их определения.

1) Выставочная деятельность предприятия-организатора – это

2) Выставочная деятельность предприятия-экспонента – это

3) Выставочная деятельность содействующих организаций – это

А) деятельность специализированных коммерческих и/или некоммерческих предприятий, направленная на организацию, материально-техническое обеспечение, информационное, маркетинговое обеспечение, способствующее развитию выставочной организации и бизнеса организатора и создающая условия для предпринимательской деятельности, реализации и формирования потенциала экспонентов.

Б) деятельность, направленная на подготовку и участие в выставке, обеспечивающая в рамках заданной стратегии участие в выставке, формирование и реализацию экономического, в том числе экспортного потенциала и достижение стратегических целей участия при проведении выставки и в послевыставочный период.

В) деятельность органов местного самоуправления и иных заинтересованных в проведении выставочного мероприятия организаций, которая носит некоммерческий характер и направлена на поддержку организатора и участников выставки.

23. Фрахт-контракт – это:

А) договор аренды автомобиля;

Б) договор аренды самолета;

В) договор аренды теплохода;

Г) договор аренды туристского поезда.

24. Условия получения визы и особый порядок пересечения государственной границы, установленный государством как в одностороннем порядке, так и на основании договоренностей между государствами – это:

- А) визовый режим;
- Б) паспортные формальности;
- В) визовые формальности;
- Г) порядок выдачи визы.

25. Выставка работает в течение 4 дней с 10 до 18 часов ежедневно, один стендист может уделить посетителю не более 10 минут. Процент посетителей, составляющих целевую аудиторию фирмы, равен 16. Из опыта известно, что сделки заключаются примерно с 20% потенциальных клиентов. Определите, каково будет количество целевых потребителей, если работает два стендиста?

- А) 5;
- Б) 12;
- В) 15;
- Г) 20.

26. Количество регулярно выпускаемых экземпляров рекламносителя (газет, журналов, справочников и др.) – это _____.

27. Поскольку туроператор часто работает напрямую с клиентами и при этом в большом объеме реализует турпродукт через систему турагентств, меры стимулирования продажи или сбыта могут быть направлены:

А) в адрес потребителя туристских услуг или в адрес розничных туристских фирм и организаций;

Б) в адрес инкамингового туроператора или в адрес розничных туристских фирм и организаций;

В) в адрес потребителя туристских услуг;

Г) или в адрес розничных туристских фирм и организаций.

28. По содержанию каталоги туроператора бывают:

- А) общими и генеральными;
- Б) специальными и служебными;
- В) генеральными и служебными.
- Г) общими и частными.

29. При задержке авиарейса более двух часов авиакомпания обязана предоставить пассажирам:

- А) горячее питание;
- Б) прохладительные напитки;
- В) размещение в гостинице;
- Г) хранение багажа.

30. При потере документов туристу следует обратиться:

- А) к турагенту;
- Б) в отделение полиции;
- В) в службу спасения;
- Г) в министерство иностранных дел.

Вариант 2.

1. Какой деловой культуре свойственны такие черты, как стремление к порядку, дисциплинированность, пунктуальность, экономность, дотошность:

- А) немецкой;
- Б) английской;
- В) японской;
- Г) французской.

2. При выборе сувениров и подарков для коллег из Японии следует избегать дарить:

- А) плюшевых зверей и кукол;
- Б) хризантемы;
- В) часы;
- Г) мыло.

3. К эффективным приёмам слушания не относят:

- А) активная поза слушающего;
- Б) умение задавать уточняющие вопросы;
- В) активное слушание;
- Г) нерелексивное слушание.+

4. Этот вид приема начинается в 12.00 и заканчивается к 13.00. Он может устраиваться по случаю окончательного отъезда посла, в честь делегации и т.д.:

- А) коктейль;
- Б) завтрак;
- В) бокал шампанского;
- Г) жур фикс.

5. Как приглашают на официальный прием:

- А) письменным приглашением;
- Б) по телефону;
- В) визитной карточкой;
- Г) устным приглашением.

6. Договор о квоте мест с гарантией заполнения 30-80% - это соглашение с:

- А) автопредприятием;
- Б) гостиницей;
- В) авиа-предприятием;
- Г) музеем.

7. Что такое «отстойный» рейс?

- А) рискованный рейс;
- Б) устаревший рейс;
- В) разовый чартер;
- Г) сплит-чартер.

8. Что такое «форс-мажорные обстоятельства»?

- А) отказ от исполнения условий договора любой из сторон;
- Б) обстоятельства непреодолимой силы;
- В) неспособность одной из сторон осуществить условия клиентского соглашения;
- Г) все обстоятельства, препятствующие выполнению условий договора.

9. Страховой полис – это:

А) номерной бланк строгой отчетности, выдаваемый туристу страховой компанией или от лица страховщика уполномоченной турфирмой;

Б) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта;

В) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний;

Г) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя.

10. По целям организации различают туры для новичков турбизнеса, туры для менеджеров по направлению и:

А) смешанные туры;

Б) директорские туры;

В) туры для агентов по бронированию;

Г) туры общего характера.

11. Этот вид рекламных туров проводится с уклоном не на самые популярные курорты и отели, которые уже не нуждаются в массовой рекламе, а на вновь открывшиеся:

А) смешанные туры;

Б) директорские туры;

В) туры для менеджеров;

Г) туры для новичков.

12. Поездки, организуемые отечественным аутгоинговым туроператором, участниками которой становятся представители туристического истиблишмента региона или даже страны – это

А) инфотуры;

Б) фам-туры;

В) бизнес-туры;

Г) рекламные туры.

13. «Плавающий» размер комиссионного вознаграждения, возврат денежных средств, капиталовложения в деятельность турагента, совместная реклама туроператора и его наиболее эффективно работающих агентов относятся к _____ способам стимулирования агентской активности.

14. Все существующие на сегодняшний день компьютерные системы бронирования — Computer Reservation System (CRS) можно разделить на две категории:

А) инверторные и дистрибьюторные;

Б) онлайн и офлайн;

В) российские и зарубежные;

Г) системы бронирования и системы резервирования.

15. Отличительной чертой данного вида агентских сетей является наличие посредника в отношениях между несколькими туроператорами и агентами в виде базы данных:

А) прямая;

Б) совмещенная;

В) презентативная;

Г) двухуровневая.

16. Программа обслуживания – это:

- А) расписание авиа и авто перевозок на туре;
- Б) комплекс досуговых услуг на туре;
- В) набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с тематикой тура, заранее оплаченный и расписанный по времени проведения тура;
- Г) маршрут тура.

17. При проектировании «шоп-туров» продолжительность поездки будет составлять:

- А) 10-12 дней;
- Б) 4-5 дней;
- В) 1-2 дня;
- Г) две недели и более.

18. Обеспечение оргтехникой, множительной техникой; наличие помещений для заседаний; изготовление папок, значков, пригласительных билетов и их распространение; проведение банкетов, приемов, коктейль-часов, пресс-конференций; работу секретариат целесообразно предусмотреть:

- А) при организации конгрессных туров;
- Б) при организации фольклорный туров;
- В) при организации «шоп-туров»;
- Г) при организации экотуров.

19. Метод ценообразования, построенный на калькулировании полной себестоимости турпродукта:

- А) правильного варианта нет;
- Б) метод с ориентацией на уровень конкурентов;
- В) метод с ориентацией на спрос
- Г) затратный метод.

20. _____ калькуляция составляется на перспективный период на основе действующих на начало этого периода норм и смет.

21. Международная туристская выставка FITUR проводится:

- А) в Берлине;
- Б) в Милане;
- В) в Мадриде;
- Г) в Москве.

22. Сопоставьте понятия и их определения.

- 1) Выставочная деятельность предприятия-организатора – это
- 2) Выставочная деятельность предприятия-экспонента – это
- 3) Выставочная деятельность содействующих организаций – это

А) деятельность специализированных коммерческих и/или некоммерческих предприятий, направленная на организацию, материально-техническое обеспечение, информационное, маркетинговое обеспечение, способствующее развитию выставочной организации и бизнеса организатора и создающая условия для предпринимательской деятельности, реализации и формирования потенциала экспонентов.

Б) деятельность, направленная на подготовку и участие в выставке, обеспечивающая в рамках заданной стратегии участие в выставке, формирование и реализацию экономического, в том числе экспортного потенциала и достижение стратегических целей участия при проведении выставки и в послевыставочный период.

В) деятельность органов местного самоуправления и иных заинтересованных в проведении выставочного мероприятия организаций, которая носит некоммерческий характер и направлена на поддержку организатора и участников выставки.

23. Как называется смешанная поездка, при которой на разных участках маршрута пассажиров перевозят регулярными и чартерными рейсами?

- А) сплит-чартер;
- Б) тайм-чартер;
- В) чартерная цепь;
- Г) нон-эфинити.

24. Шенгенская виза – это

А) виза, действующая на территории шенгенской зоны, объединяющей более 24 европейских государств;

Б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию;

В) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания;

Г) документ для выезда из России и возвращения назад на судне.

25. Выставка работает в течение 5 дней с 10 до 17 часов ежедневно, один стендист может уделить посетителю не более 15 минут. Процент посетителей, составляющих целевую аудиторию фирмы, равен 25. Из опыта известно, что сделки заключаются примерно с 20% потенциальных клиентов. Определите, каково будет количество целевых потребителей, если работает два стендиста?

- А) 6;
- Б) 14;
- В) 20;
- Г) 30.

26. Число отдельных лиц или семей, имеющих контакт с данным рекламоносителем в течение определенного отрезка времени – это _____.

27. Поскольку туроператор часто работает напрямую с клиентами и при этом в большом объеме реализует турпродукт через систему турагентств, меры стимулирования продажи или сбыта могут быть направлены:

А) в адрес потребителя туристских услуг или в адрес розничных туристских фирм и организаций;

Б) в адрес инкамингового туроператора или в адрес розничных туристских фирм и организаций;

В) в адрес потребителя туристских услуг;

Г) в адрес розничных туристских фирм и организаций.

28. Для подбора иллюстративного материала каталога туроператора есть два варианта:

А) скачать фотографии из интернета и заказать материалы у фотографа;

Б) воспользоваться фотостоком и нарисовать материалы самостоятельно;

В) использовать самостоятельно снятые фотографии и использовать фотографии, предоставленные отелем;

Г) заказать эксклюзивную фотосъемку и воспользоваться готовым материалом.

29. При задержке авиарейса более четырех часов авиакомпания обязана предоставить пассажирам:

- А) горячее питание;
- Б) прохладительные напитки;
- В) размещение в гостинице;
- Г) хранение багажа.

30. При потере дорожных чеков туристу следует обратиться:

- А) в службу возмещения;
- Б) в отделение полиции;
- В) в службу спасения;
- Г) в министерство иностранных дел.

Вариант 3.

1. Какая деловая культура определяется в первую очередь коллективизмом, основанном на традиционном общинном сознании, отождествлении работниками себя с фирмой:

- А) североамериканская;
- Б) английская;
- В) японская;
- Г) арабская.

2. При выборе сувениров и подарков для коллег из США следует избегать дарить:

- А) острые предметы;
- Б) хризантемы;
- В) записи русской музыки;
- Г) часы.

3. Обратная связь:

- А) препятствует коммуникативному процессу;
- Б) способствует коммуникативному процессу;
- В) иногда способствует, а иногда препятствует коммуникативному процессу;
- Г) все ответы правильные.

4. Этот вид приема устраивается между 16.00 и 18.00 часами, как правило, только для женщин:

- А) коктейль;
- Б) чай;
- В) бокал шампанского;
- Г) обед-буфет.

5. Получив приглашение на прием, гость обязан:

А) ответить на него, если принимает приглашение;
Б) ответить независимо от того, принято ли приглашение;
В) руководствоваться принципом, что правила ответа на приглашение этикетом не регламентированы;

Г) присутствовать на приеме.

6. Что такое «мягкий блок»:

- А) повышенная комфортность;
- Б) текущее бронирование без предоплаты;
- В) авиабилеты на пиковые даты;

Г) горящие путевки.

7. Что такое «поставщики услуг»?

А) каналы продвижения турпродукта;

Б) каналы реализации турпродукта;

В) фирма-арендодатель;

Г) предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов.

8. Договор о квоте мест без гарантии заполнения – это:

А) договор между рецептивным и инициативным операторами;

Б) договор с отелем;

В) договор с чартеродержателем;

Г) договор с теплоходом.

9. Определить, какие виды страхования относятся к личному страхованию:

А) страхование жизни;

Б) страхование домашних животных;

В) страхование ответственности;

Г) депозитное страхование.

10. По целям организации различают директорские туры, туры для менеджеров по направлению и:

А) туры для новичков турбизнеса;

Б) смешанные туры;

В) туры для агентов по бронированию;

Г) туры общего характера.

11. Этот вид рекламных туров организуется специально для менеджеров туристических агентств, которые уже работают в данном направлении, но сами еще ни разу не были в стране:

А) смешанные туры;

Б) директорские туры;

В) туры для менеджеров;

Г) туры для новичков.

12. Поездки, организуемые для туристического истеблишмента региона, зарубежным инкаминговым туроператором либо даже властями иностранного государства, заинтересованного в притоке туристов из региона.

А) инфотуры;

Б) фам-туры;

В) бизнес-туры;

Г) рекламные туры.

13. Приоритетность рассмотрения заявок, введение on-line бронирования, электронные формы сотрудничества между туроператором и агентством относятся к _____ способам стимулирования агентской активности.

14. Системы бронирования, предназначенные для хранения ресурсов авиакомпаний и управления ими:

А) инверторные;

Б) дистрибьюторные;

В) распределительные

Г) глобальные.

15. Схема работы туроператора, когда в отношениях между туристическим оператором и непосредственно потребителем помимо одного агента появляется субагент или субагенты:

- А) презентативная агентская сеть;
- Б) двухуровневая агентская сеть;
- В) прямая агентская сеть;
- Г) совмещенная агентская сеть.

16. Как называется набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с их потребностями и тематикой тура, заранее оплаченный и распределенный по времени проведения тура?

- А) правильного варианта нет;
- Б) маршрут тура;
- В) резюме обслуживания;
- Г) программа обслуживания.

17. Для совершения экскурсионно-познавательных туров в страны с умеренным климатом предпочтительны:

- А) летние месяцы (май – сентябрь);
- Б) ноябрь – февраль;
- В) рождественские каникулы;
- Г) межсезонье.

18. Обеспечить размещение туристов в гостиницах высокого класса с обязательным предоставлением одноместных номеров необходимо:

- А) при организации фольклорный туров;
- Б) при организации деловых туров;
- В) при организации экотуров;
- Г) при организации экскурсионных туров.

19. Метод ценообразования на основе издержек:

- А) правильного варианта нет;
- Б) метод с ориентацией на уровень конкурентов;
- В) метод с ориентацией на спрос
- Г) затратный метод.

20. _____ калькуляция отражает совокупность всех произведенных затрат на производство и реализацию продукции.

21. Международная туристская выставка ERIEN MESSE WIEN проводится:

- А) в Вене;
- Б) в Нью-Йорке;
- В) в Мадриде;
- Г) в Екатеринбурге.

22. Сопоставьте понятия и их определения.

- 1) Выставочная деятельность предприятия-организатора – это
- 2) Выставочная деятельность предприятия-экспонента – это
- 3) Выставочная деятельность содействующих организаций – это

А) деятельность специализированных коммерческих и/или некоммерческих предприятий, направленная на организацию, материально-техническое обеспечение,

информационное, маркетинговое обеспечение, способствующее развитию выставочной организации и бизнеса организатора и создающая условия для предпринимательской деятельности, реализации и формирования потенциала экспонентов.

Б) деятельность, направленная на подготовку и участие в выставке, обеспечивающая в рамках заданной стратегии участие в выставке, формирование и реализацию экономического, в том числе экспортного потенциала и достижение стратегических целей участия при проведении выставки и в послевыставочный период.

В) деятельность органов местного самоуправления и иных заинтересованных в проведении выставочного мероприятия организаций, которая носит некоммерческий характер и направлена на поддержку организатора и участников выставки.

23. Договор фрахтования, согласно которому фрахтовщик обязуется предоставить фрахтователю за плату всю или часть вместимости одного или нескольких транспортных средств на один или несколько рейсов для перевозки грузов, пассажиров, багажа:

А) фрахт-контракт;

Б) договор о текущем бронировании;

В) контракт на перевозку;

Г) чартерные рейсы.

24. Приглашение – это

А) документ, на основании которого выдается виза;

Б) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта;

В) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний;

Г) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя.

25. Выставка работает в течение 3 дней с 9 до 18 часов ежедневно, один стендист может уделить посетителю не более 15 минут. Процент посетителей, составляющих целевую аудиторию фирмы, равен 10. Из опыта известно, что сделки заключаются примерно с 20% потенциальных клиентов. Определите, каково будет количество целевых потребителей, если работает четыре стендиста?

А) 8;

Б) 12;

В) 30;

Г) 18.

26. Среднее число охвата различных лиц или семей в рамках конкретного графика размещения рекламы в течение определенного отрезка времени – это _____.

27. Поскольку туроператор часто работает напрямую с клиентами и при этом в большом объеме реализует турпродукт через систему турагентств, меры стимулирования продажи или сбыта могут быть направлены:

А) в адрес потребителя туристских услуг или в адрес розничных туристских фирм и организаций;

Б) в адрес инкамингового туроператора или в адрес розничных туристских фирм и организаций;

В) в адрес потребителя туристских услуг;

Г) в адрес розничных туристских фирм и организаций.

28. Таблицы с ценами в каталоге туроператора:

- А) могут содержать конечную цену турпакета либо быть без указания конечной цены турпакета;
- Б) содержат конечную цену турпакета;
- В) в каталоге туроператора отсутствуют подобные таблицы;
- Г) содержат в основе расчетов базовую цену стандартного тура.

29. При задержке авиарейса более шести часов авиакомпания обязана предоставить пассажирам:

- А) горячее питание;
- Б) прохладительные напитки;
- В) размещение в гостинице;
- Г) хранение багажа.

30. При заселении в номер, не соответствующий бронированию, туристу следует:

- А) сделать фотографии номера для подтверждения сложившейся ситуации;
- Б) составить претензию на имя туроператора;
- В) обратиться незамедлительно в суд;
- Г) получить документально заверенное подтверждение поселения в номер, который не соответствует брони

Руководство для экзаменатора

Критерии оценок:

- Выбор одного правильного ответа – 1 балл;
- Установление соответствия – 2 балла;
- Установление правильной последовательности – 3 балла;
- Заполнение пропущенного ключевого слова – 4 балла.

0-49% -«2»

50-69% -«3»

70-89% -«4»

90-100% -«5»

Количество вариантов – 3

Эталон ответов

1 вариант	2 вариант	3 вариант
1. Г	1. Г	1. В
2. В	2. Б	2. А
3. Г	3. Г	3. Б
4. Г	4. В	4. Б
5. Б	5. А	5. Б
6. Б	6. Б	6. Б
7. Б	7. Г	7. Г
8. В	8. Б	8. Б
9. В	9. А	9. А
10. Г	10. Б	10. Б
11. Б	11. В	11. В
12. Б	12. А	12. А
13. образовательным	13. материальным	13. Технологическим
14. Б	14. А	14. А
15. Б	15. Б	15. Б

16. А	16. В	16. Г
17. Г	17. Б	17. А
18. В	18. А	18. Б
19. В	19. Г	19. Г
20. сметная	20. плановая	20. фактическая
21. Б	21. В	21. А
22. 1) А	22. 1) А	22. 1) А
2) Б	2) Б	2) Б
3) В	3) В	3) В
23. В	23. А	23. А
24. А	24. А	24. А
25. Б	25. Б	25. А
26. тираж	26. охват	26. частотность
27. А	27. А	27. А
28. В	28. Г	28. А
29. Б	29. А	29. В
30. Б	30. А	30. Г

2.3. Задания для оценки усвоения умений:

Список практических работ

Практическая работа № 1 «Специфика работы с Единым федеральным реестром туроператоров».

Практическая работа № 2 «Подбор туроператора по разным турам и его характеристика».

Практическая работа № 3 «Разработка маршрута путешествия».

Практическая работа № 4 «Разработка программы обслуживания туристского путешествия, в т.ч. с использованием иностранного языка».

Практическая работа № 5 «Разработка технологической карты туристского путешествия».

Практическая работа № 6 «Разработка информационного листка туристского путешествия».

Практическая работа № 7 «Составление договорного плана с поставщиками услуг».

Практическая работа № 8 «Формирование сбытовой сети туроператора».

Практическая работа № 9 «Разработка классификационной модели отельной базы для рекламного тура».

Практическая работа № 10 «Разработка фам-тура или рекламного тура инкаминговым туроператором».

Практическая работа № 11 «Разработка макета рекламного объявления туроператора».

Практическая работа № 12 «Расчет эффекта от рекламного объявления».

Практическая работа № 13 «Возможность участия организаций в выставочно-ярмарочных мероприятиях».

Практическая работа № 14 «Решение ситуационных задач по работе с корпоративными и индивидуальными клиентами».

Практическая работа № 15 «Расчёт стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания».

Практическая работа № 16 «Расчёт себестоимости турпакета и определение цены турпродукта».

Руководство для экзаменатора

Критерии оценок

Вид практической работы	Система оценивания
Практическое занятие	5-ти бальная стандартная система в зависимости от качества проявления основных знаний, умений и навыков

Оценка «отлично» (5 баллов) выставляется, если студент активно работает в течение всего практического занятия, дает полные ответы на вопросы преподавателя в соответствии с планом практического занятия и показывает при этом глубокое овладение лекционным материалом, знание соответствующей литературы и законодательства, способен выразить собственное отношение к данной проблеме, проявляет умение самостоятельно и аргументированно излагать материал, анализировать явления и факты, делать самостоятельные обобщения и выводы, правильно выполняет учебные задачи, допуская не более 1-2 арифметических ошибок или опечаток.

Оценка «хорошо» (4 балла) выставляется при условии соблюдения следующих требований: студент активно работает в течение практического занятия, вопросы освещены полно, изложения материала логические, обоснованные фактами, со ссылками на соответствующие нормативные документы и литературные источники, освещение вопросов завершено выводами, студент обнаружил умение анализировать факты и события, а также выполнять учебные задания. Но в ответах допущены неточности, некоторые незначительные ошибки, имеет место недостаточная аргументированность при изложении материала, четко выраженное отношение студента к фактам и событиям или допущены 1-2 логические ошибки.

Оценка «удовлетворительно» (3 балла) выставляется в том случае, когда студент в целом овладел сути вопросов по данной теме, обнаруживает знание лекционного материала, законодательства и учебной литературы, пытается анализировать факты и события, делать выводы и решать задачи. Но на занятии ведет себя пассивно, отвечает только по вызову преподавателя, дает неполные ответы на вопросы, допускает грубые ошибки при освещении теоретического материала или 3-4 логических ошибок.

Оценка «неудовлетворительно» (2 и менее баллов) выставляется в случае, когда студент обнаружил несостоятельность осветить вопросы освещены неправильно, бессистемно, с грубыми ошибками, отсутствуют понимания основной сути вопросов, выводы, обобщения, обнаружено неумение решать учебные задачи.