

**Приложение 2 к РПД**  
**Туроперейтинг**  
**43.03.02 Туризм**  
**Направленность (профиль) Технология и**  
**организация туроператорской и**  
**турагентской деятельности**  
**Форма обучения – очная**  
**Год набора - 2022**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**  
**ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**1. Общие сведения**

1.	Кафедра	Сервиса и туризма
2.	Направление подготовки	43.03.02 Туризм
3.	Направленность (профиль)	Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности
4.	Дисциплина	Туроперейтинг
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

**2. Перечень компетенций**

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПК-1 - Способен проектировать и реализовывать экскурсионные продукты разного типа

**3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
Раздел 1. Предпринимательство в сфере туроперейтинга	УК-1, ПК-1	Специфику предпринимательства в туроператорской деятельности	Разрабатывать туристские продукты в соответствии с требованиями заказчика	Знаниями о договорной работе туроператора	Доклады (презентация), оценка заданий СРС, кейс, терминологический диктант
Раздел 2. Организация работы туроператорской фирмы	УК-1, ПК-1	Принципы управления жизненным циклом туристского продукта	Оценивать качество и рыночные свойства туристского продукта	Навыками анализа затрат при формировании турпродукта и организации деятельности туроператора	Доклады (презентация), оценка заданий СРС, кейс, бланковый тест

**4 Критерии и шкалы оценивания**

## Задание 1. ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ

Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):

Процент правильных ответов	50-60	61-70	71-80	81-90	91-100
Количество баллов за результаты	1	2	3	4	5

## Задание 2. БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ

Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):

Процент правильных ответов	50-60	61-70	71-80	81-90	91-100
Количество баллов за результаты	1	2	3	6	10

Ключ к тесту

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
В	АБ	В	АДЕ	АБ	В	АБ	А	АВ	А	АГ	Б	А	А	АВ

## ЗАДАНИЕ 3. (кейс) «Запрос на предоставление транспорта для трансфера туристов»

Критерии оценки выполнения задания:

- Навык составления технического задания для трансфера;
- Уровень соответствия турпродукта (логистика, безопасность) и запроса транспортного средства и условий его предоставления.

### Шкала оценивания

ТЗ составлено по заданной схеме	1-2 балла
ТЗ включает индивидуальные позиции	3-5 баллов
В ТЗ учтены требования безопасности, замены транспортного средства	6-15 баллов
Всего баллов	До 15 баллов

## ЗАДАНИЕ 4. (кейс) «Рекламный тур туроператора»

Критерии оценки выполнения задания:

- умение обосновывать программу тура;
- умение проектировать интерактивные презентационные мероприятия

### Шкала оценивания

Использованы актуальные источники информации	1-4 балла
Тур собран как последовательный показ объектов	5-9 баллов
В туре представлены тематические обучающие мероприятия	10-15 баллов
Всего баллов	До 15 баллов

## ЗАДАНИЕ 5. Доклады

Критерии оценки выполнения задания:

самостоятельное исследование (разработана программа, результаты, презентация)	5 баллов
актуальность источников доклада	1 балл
логика изложения	1 балл
оформление	1 балл
обоснованность выводов, потенциал дальнейшего исследования	2 балла
Всего баллов	До 10

## ЗАДАНИЕ 6.

Презентация доклада (выступления), исследования

Критерии оценки выполнения задания:

<b>Структура презентации</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
<b>Содержание</b>	
Сформулирована цель, проблема работы	1
Информация изложена полно и четко	1
Использованы самостоятельно разработанные блок-схемы, диаграммы, мемокарты	3
Сделаны выводы, определена практическая значимость, перспективность исследования	2
<b>Оформление презентации</b>	
Единый стиль оформления	1
Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	1
<b>Эффект презентации</b>	
Презентация позволяет включить ее в образовательный контент	1
<b>Мах количество баллов</b>	<b>10</b>

### **Критерии оценки ответа на экзамене**

(1 вопрос - 20 баллов; 2 вопрос - 20 баллов)

Ответ студента на экзамене оценивается оценками баллами, которые в совокупности с набранными в течение семестра позволяют выставить оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» в соответствии со следующими критериями:

<b>Уровень (баллы по двум вопросам)</b>	<b>Результаты ответов на экзамене</b>	<b>Оценка</b>
24-31 баллов	ответ является истинным по содержанию, верно даны определения терминов и понятий студент владеет базовыми компетенциями для работы в туроператорской фирме	удовлетворительно
32-35 баллов	ответ является истинным, представляет собой результат анализа особенностей работы туроператоров; студент проявляет умение проектировать разные типы турпродуктов, знает принципы договорной работы туроператора; студент проявляет готовность и интерес к профессиональному диалогу в организации работы туроператора	хорошо
36-40 баллов	ответ является истинным, раскрывает проблемы и тренды туроператорской деятельности; ответ развернутый, построен как обоснование стратегии повышения конкурентоспособности фирмы-туроператора; раскрывает специфику требований к организации работы туроператора; студент самостоятельно формулирует проблемы и возможности работы туроператоров в индустрии туризма	отлично

### **Критерии оценки курсовой работы**

<b>Показатель</b>	<b>Характеристика</b>	<b>Баллы</b>
	<b>Контрольные точки:</b>	

Показатель	Характеристика	Баллы
Соблюдение графика подготовки курсовой работы	Выбор темы, написание заявления на закрепление темы курсовой работы	–
	Составление плана работы, согласование с научным руководителем	1
	Консультации с научным руководителем (в соответствии с планом подготовки)	1
	Своевременная сдача оформленной работы на кафедру	1
	Защита в установленные сроки	1
Оформление	В соответствии с требованиями	5
	В случае разработки тура использованы требования стандартов к проектированию турпродукта	5
Разработка теоретической части исследования	Представлены материалы научных статей из журналов международного уровня	3
	Представлены актуальные статистические данные, аналитика ассоциаций туроператоров	3
	Представлены данные региональных официальных ведомств сферы туризма и гостеприимства	3
	Сделаны самостоятельные обобщающие выводы, определяющие логику практической части курсовой работы	3
Разработка практической части исследования	Представлено обоснование проведенного исследования	2
	Методы исследования соответствуют заявленной цели и задачам	2
	Собранные материалы и количественные данные достаточные по объему, репрезентативные; форма представления позволяет сделать корректные обобщающие выводы	5
	Разработанный интеллектуальный продукт (тур, программа, материал к публикации и т.п.) отражает проблему и перспективу развития темы исследования	10
Систематизация материалов исследования	Полученные результаты иллюстрируются графиками, таблицами, схемами	2
	Проведено сравнение заявленной гипотезы и полученных результатов	2
	Выводы носят самостоятельный, продуктивный характер	5
	По материалам курсовой работы подготовлена научная статья, выступление на конференции	10

Показатель	Характеристика	Баллы
Апробация материалов исследования	Материалы включены в творческий проект факультета	15
	Материалы включены в творческий проект университета	15
	Материалы представлены на конкурс	10
Подготовка презентации, иллюстративного материала	Оформление презентации выполнено с учетом требований эффективной визуальной коммуникации	5
	Материалы могут быть использованы в качестве учебного материала	15
Защита курсовой работы	Студент свободно владеет материалом, ведет дискуссию, проявляет междисциплинарные компетенции	30

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы МАГУ: «2» - 60 баллов и менее, «3» - 61-80 баллов, «4» - 81-90 баллов, «5» - 91-100 баллов.

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

### **Задание 1. ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ**

**Рецептивный туроператор** – оператор, принимающий туристов (индивидуалов и группы) на территории своего региона, заключает прямые договоры с поставщиками услуг или оказывает их за счет собственных ресурсов.

**Инициативный туроператор** – оператор, отправляющий туристов за рубеж или по своей стране, взаимодействует с рецептивными операторами (meet-компаниями) или непосредственно фирмами-партнерами по программе турпродукта.

**Заказчик** - предприятие или гражданин-предприниматель, обеспечивающий финансирование проекта туристской услуги.

**Исполнитель туристской услуги** - предприятие, организация, учреждение или гражданин-предприниматель, оказывающие туристскую услугу.

**Описание туристской услуги** - информация об основных характеристиках туристской услуги и условиях обслуживания.

**Пакетный тур** – тур, в который включены все виды туристского сервиса: передвижение, проживание, питание и пр.

**Потребитель услуги** - получатель услуги (турист, экскурсант, предприятие).

**Программа обслуживания туристов** - перечень услуг, достопримечательных объектов и досуговых событий, предоставляемых туристам в определенной последовательности, времени, месте и условиях обслуживания.

**Разработчик** - предприятие или гражданин-предприниматель, осуществляющий разработку проекта туристской услуги.

**Рекреационная емкость (территории)** – это количество людей в единицу времени, приходящееся на единицу площади территории, в пределах которой возможно удовлетворение рекреационных потребностей человека (Коростелев Е. М.).

**Сетевой отель** – отель, который входит в "цепочку" отелей в других местностях, объединенных единым менеджментом и стандартами сервиса.

**Технологическая карта туристского путешествия** - технологический документ, определяющий содержание программы и условий обслуживания туристов на конкретном маршруте.

**Тур** - набор туристских услуг с конкретными сроками начала и окончания исполнения, реализуемый оптовому или розничному потребителю. В проектировании туристского путешествия тур имеет значение проектировочного модуля.

**Туристская услуга** - результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов

**Туристский пакет** – сочетание разных видов сервиса в единый туристский продукт, который является товаром в коммерческом туризме.

**Туристский ресурс (потенциал)** – набор и сочетание привлекательных качеств, объектов, условий определенной местности или события, которые могут стать основанием для создания специального тура.

**Услуга** – часть сервисной деятельности, предназначенная для удовлетворения каких-либо запросов потребителя.

**Экскурсия** – кратковременное посещение достопримечательности или маршрута с туристской мотивацией.

## Задание 2. БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ

*1. Организация, занимающаяся комплектацией туров и формированием комплекса услуг для туристов, продвижением и реализацией туров*

- а. турагент
- б. meet-компания
- в. туроператор
- г. Ростуризм

*2. Юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, чья деятельность направлена на продвижение и реализацию туристского продукта*

- а. турагент
- б. туроператор
- в. трансферная организация
- г. туристский брокер

*3. Туроператор несет ответственность*

- а. только за свою работу по проектированию турпродукта
- б. за работу по проектированию продукта и его реализацию
- в. за работу контрагентов по реализации тура
- г. за туристскую политику власти региона, где он работает

*4. Работа туроператора включает в себя*

- а. формирование и документирование турпродукта
- б. организацию путешествия туриста
- в. разработка правовых основ туристской деятельности в регионе
- г. продвижение и реклама услуг партнеров по турпродукту

*5. Оператор, принимающий туристов (индивидуалов и группы) на территории своего региона, заключает прямые договоры с поставщиками услуг или оказывает их за счет собственных ресурсов*

- а. рецептивный туроператора

- б. инициативный туроператор
- в. оператор по внутреннему туризму
- г. meet-компания

*6. Функция контроля за реализацией турпродукта включает*

- а. разработку параметров и сроков контроля
- б. мониторинг реализации турпродукта
- в. санкции за неисполнение отдельных услуг турпродукта
- г. подготовку гидов-сопровождающих для реализации турпродукта

*7. Модель передвижения туристов, рассчитанная по времени с целью получения предусмотренных программой обслуживания (основных) и дополнительных туристско-экскурсионных услуг*

- а. маршрут тура
- б. концепция обслуживания
- в. турпродукт
- г. программа тура

*8. При заключении договора между туроператором и турагентом необходимы подписи и печати, их можно получить*

- а. только при личной встрече руководителей фирм
- б. при согласовании договора можно отправить его друг другу по почте
- в. можно поставить цифровую подпись
- г. можно создать электронный договор со сканированной подписью и печатью

*9. При заключении договора туроператора с партнерами устанавливаются принципы*

- а. имущественной ответственности
- б. самостоятельности участников договорных отношений
- в. приоритета интересов туриста
- г. приоритета стандартов качества

*10. Реализация турпродукта без договора*

- а. не допускается
- б. допускается при условии, что это экскурсия менее, чем на 3 часа
- в. допускается, если турист постоянный клиент и покупает тур чаще, чем три раза в год
- г. не допускается для туристов младше 18 лет

*11. Ассортиментная политика туроператора строится на основе*

- а. баланса предложений по въездному и выездному туризму
- б. оценки напряженности на туристском рынке
- в. рекомендаций Ростуризма по развитию национальной тур.индустрии
- г. стратегии развития фирмы

*12. Взаимодействие туроператора и турагента построены на основе*

- а. продвижения брендовых туров
- б. договоров о сотрудничестве
- в. взаимных расчетов после продажи туров
- г. программе продаж следующего сезона

*13. Формирование спроса на туристские продукты определено технологией воздействия*

- а. на мотивацию туристских путешествий
- б. на ситуативное поведение потенциальных туристов

- в. на конкуренцию в сфере туризма
- г. на отношения туроператора и поставщиков туристских услуг

*14. Характеристика трендов в туристской индустрии включает такие показатели как*

- а. рост интереса к событийным турам
- б. рост интереса к самостоятельным путешествиям
- в. рост спроса на туры «все включено»
- г. снижение спроса на городские туры

*15. Укажите технологические документы турпродукта*

- а. программа и маршрут тура
- б. ваучер
- в. рекламный буклет тура
- г. страховой полис к туру

### **ЗАДАНИЕ 3. (кейс) «Запрос на предоставление транспорта для трансфера туристов»**

Кейс. Для реализации программы тура необходимо заказать транспорт на 15 человек для поездки из Мурманска в Умбу (1 ночевка), утром туристы следуют к мысу Корабль на автомобиле повышенной проходимости и в этот же день возвращаются в Мурманск. Необходимо рассчитать затраты на организацию переездов, установить требования к транспортным средствам для заключения договора с транспортной организацией.

### **ЗАДАНИЕ 4. (кейс) «Рекламный тур туроператора»**

Ситуация: туроператор разработал маршрут с несколькими вариантами туров. Для повышения уровня продаж необходимо организовать рекламный тур для менеджеров турагентств. Задача: предложить программу рекламного тура.

### **ЗАДАНИЕ 5. Доклады и презентации.**

1. Работа туроператоров в сегменте массового туризма.
2. Туроператоры круизного туризма.
3. Туроперейтинг в медицинском туризме.
4. Требования к туроператорам въездного туризма.
5. Международные туристские выставки.
6. Предложения туроператоров по .... (регион России на выбор студента).
7. Региональная поддержка туроператорского бизнеса.
8. Работа туроператоров с гостиничным бизнесом.
9. Работа туроператоров с авиаперевозчиками.
10. Особенности работы туроператоров в событийном туризме.

### **ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ**

1. Банкротства туроператоров: факторы и практика снижения рисков банкротства.
2. Бизнес-план туроператора: проблемы формирования и реализации.
3. Взаимодействие туроператоров и региональной власти по развитию туризма в регионе.
4. Влияние деятельности туроператоров на развитие туристского кластера.
5. Выставочные продукты туроператоров.
6. Деятельность туроператора по внутреннему туризму при формировании тематических туристских продуктов.
7. Деятельность туроператора по приему иностранных туристов.
8. Клиент-ориентированный менеджмент в системе деятельности туроператора.

9. Конкуренция в сфере туроператорской деятельности.
10. Корпоративное обучение в системе деятельности фирм-туроператоров.
11. Логистика организации туристских маршрутов (индивидуальный и массовый туристских продукт).
12. Маркетинговые стратегии туристских операторов.
13. Нерекламные методы продвижения туристских продуктов.
14. Организация взаимодействия фирм туроператоров и турагентов.
15. Организация туров и продвижение услуг горнолыжных центров в системе туроперейтинга.
16. Организация фирменного туристско-информационного центра презентативного туроператора.
17. Особенности проектирования городских туров.
18. Оценка эффективности сайта туристского оператора.
19. Политика импортозамещения в работе туроператоров.
20. Правовые основы работы фирм-туроператоров в Российской Федерации.
21. Принципы формирования стратегии развития туроператорской компании.
22. Проблемы и ресурсы развития специализированных туроператоров (на примере ...)
23. Проблемы подготовки кадров для туроператорской деятельности.
24. Проектирование организационно-штатной структуры туроператорской фирмы.
25. Проектирование турпродуктов для лиц с дополнительными потребностями.
26. Работа ассоциаций туристских операторов.
27. Работа с жалобами и претензиями в системе деятельности туроператора.
28. Работа туроператора в сфере детского туризма.
29. Разработка ассортиментной политики туроператора.
30. Разработка и продвижение нестандартных туристских продуктов (на примере...)
31. Разработка показателей эффективности работы туроператора.
32. Разработка рекламного тура крупного туроператора.
33. Разработка рекламной кампании туроператора.
34. Разработка специализированного туристского продукта (на примере...).
35. Разработка стандартных массовых туристских продуктов в условиях конкуренции туристского рынка.
36. Разработка турпродукта на основе нескольких типов трансферов.
37. Разработка турпродуктов для низкого сезона.
38. Специфика организации работы туроператора по выездному туризму.
39. Специфика работы туроператора по въездному туризму.
40. Специфика разработки и продвижения образовательных туров.
41. Специфика туроператорской деятельности в сегменте сельского туризма
42. Сравнительный анализ работы самостоятельных и сетевых туроператоров.
43. Технологии проектирования турпродукта для внутреннего туризма.
44. Туроператорская деятельность отеля курортного центра.
45. Управление качеством в системе деятельности туроператора.
46. Управление ключевыми бизнес-процессами фирмы туроператора.
47. Управление лояльностью клиентов туристского оператора.
48. Фирменный стиль туроператора как ресурс повышения конкурентоспособности
49. Формирование и продвижение малодневных туров.
50. Эффективный сайт туристского оператора.

## **ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ**

1. Фирма-туроператор как субъект предпринимательства в туристской индустрии.
2. Функции туроператоров.
3. Система деятельности и основные бизнес-процессы фирмы-туроператора.
4. Ключевые источники дохода туроператора.
5. Взаимодействие туроператора с поставщиками услуг.

6. Турпродукт как предмет продажи и конкуренции в индустрии туризма.
7. Проблемы туроперейтинга в современной туристической индустрии.
8. Типология туроператоров.
9. Специфика работы презентативного и репрезентативного туроператора.
10. Роль ассоциаций туристских предприятий в развитии индустрии туризма.
11. Институт финансовых гарантий
12. Государственное регулирование туроператорской деятельности.
13. Требования к организациям, обеспечивающим страховые или банковские гарантии туроператора.
14. Общие подходы и принципы организации договорной работы туроператора.
15. Типы договоров в работе туроператора.
16. Взаимодействие туроператора и турагентов
17. Мотивационные программы для турагентов от туроператора.
18. Рекламные туры туроператоров.
19. Понятие банкротства и его причины в туристической индустрии.
20. Правовые и экономические последствия банкротства.
21. Деятельность туроператоров по внутреннему туризму на территории РФ
22. Политика федерального центра и регионов по поддержке внутреннего и въездного туризма Российской Федерации.
23. Специфика работы туроператора въездного туризма
24. Проблемы и перспективы туроперейтинга въездного туризма.
25. Специфика работы туроператора выездного туризма
26. Этапы открытия фирмы-туроператора.
27. Проектирование структуры фирмы-туроператора.
28. Обобщенные трудовые функции сотрудников турфирмы.
29. Планирование и координация работы сотрудников турфирмы-оператора.
30. Принципы клиент-ориентированной работы туроператора.
31. Ассортиментная политика туроператора
32. Жизненный цикл турпродукта и его связь с развитием турфирмы.
33. Стратегии туроператоров в конкурентной среде.
34. Политика и мероприятия укрепления деловой репутации туроператора.
35. Фирменный стиль туроператора: цели, технологии создания и развития.
36. Управление лояльностью персонала для укрепления конкурентоспособности фирмы.
37. Выставочная работа туроператора.
38. Выставочный продукт туроператора.
39. Деловые мероприятия в период выставки.
40. Деятельность туроператора в электронной среде