

Частное образовательное учреждение высшего образования  
"Ростовский институт защиты предпринимателя"

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор  
Паршина А.А.

**ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И КОНТРОЛЬ ТЕКУЩЕЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЛУЖБ ПРЕДПРИЯТИЙ  
ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА**  
**МДК.01.01 Координация работы служб предприятий  
туризма и гостеприимства**  
рабочая программа дисциплины (модуля)

Учебный план 43.02.16 ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО

Квалификация **Специалист по туризму и гостеприимству**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **0 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 66 Виды контроля в семестрах:  
в том числе: зачеты с оценкой 1  
аудиторные занятия 56  
самостоятельная работа 10  
контактная работа во время  
промежуточной аттестации (ИКР) 0

**Распределение часов дисциплины по семестрам**

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	1 (1.1)		Итого	
	уп	рп	уп	рп
Неделя	14			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	28	28	28	28
Практические	28	28	28	28
В том числе в форме практ. подготовки	28	28	28	28
Итого ауд.	56	56	56	56
Контактная работа	56	56	56	56
Сам. работа	10	10	10	10
Итого	66	66	66	66

Программу составил(и):  
Препод. Козлова Е.В.

Рецензент(ы):  
*ген. директор ООО «ГольфстримТур» Зябка О.А.*

Рабочая программа дисциплины

**Координация работы служб предприятий туризма и гостеприимства**

разработана в соответствии с ФГОС СПО:

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО (приказ Минобрнауки России от 12.12.2022 г. № 1100)

составлена на основании учебного плана:

43.02.16 ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО

утвержденного учёным советом вуза от 29.06.2023 протокол № 35.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Маркетинг, реклама и туризм (СПО)**

Протокол от 31.05.2023 г. № 10

Директор Грищенко М.А.

**1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

1.1	Междисциплинарный курс «Координация работы служб предприятий туризма и гостеприимства» является обязательной частью общепрофессионального цикла примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство.
-----	---

**2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Цикл (раздел) ОП:	МДК.01.01
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Безопасность жизнедеятельности
2.2.2	География туризма
2.2.3	Информационно-коммуникационные технологии в туризме и гостеприимстве
2.2.4	Квалификационный экзамен
2.2.5	Координация работы по реализации заказов
2.2.6	Освоение профессии рабочего, должности служащего (одной или несколько) в соответствии с перечнем профессий рабочих, должностей служащих, соответствующих профессиональной деятельности выпускников
2.2.7	Основы финансовой грамотности
2.2.8	Правовое и документационное обеспечение в туризме и гостеприимстве
2.2.9	Производственная практика
2.2.10	Рекреационное ресурсоведение
2.2.11	Технология и организация турагентской деятельности
2.2.12	Технология и организация туроператорской деятельности
2.2.13	Учебная практика
2.2.14	Менеджмент в туризме и гостеприимстве
2.2.15	Организация сопровождения туристов и экскурсантов
2.2.16	Основы бережливого производства
2.2.17	Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса
2.2.18	Производственная практика
2.2.19	Психология делового общения и конфликтология
2.2.20	Учебная практика
2.2.21	Защита дипломного проекта (работы)
2.2.22	Координация работы по реализации заказа экскурсионных услуг
2.2.23	Оформление и обработка заказов клиентов экскурсионных услуг
2.2.24	Подготовка к демонстрационному экзамену
2.2.25	Проведение демонстрационного экзамена
2.2.26	Производственная практика
2.2.27	<b>ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)</b>
2.2.28	Сопровождение туристов при прохождении маршрута (по видам туризма)
2.2.29	Учебная практика
2.2.30	Экономика и бухгалтерский учет предприятий туризма и гостиничного дела
2.2.31	Координация качества выполнения турагентских услуг
2.2.32	Предоставление турагентских услуг
2.2.33	Предоставление туроператорских услуг

**3. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) – ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТУ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:**

**3.1 Знать**

законодательство Российской Федерации в сфере туризма и гостеприимства;

основы трудового законодательства Российской Федерации;  
 основы организации, планирования и контроля деятельности сотрудников;  
 теория межличностного и делового общения, переговоров, конфликтологии;  
 оказывать первую помощь;  
 цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги;  
 ассортимент и характеристики предлагаемых туристских услуг;  
 программное обеспечение деятельности туристских организаций;  
 этику делового общения;  
 основы делопроизводства.

### 3.2 Уметь

владеть технологией делопроизводства (ведение документации, хранение и извлечение информации);  
 взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов;  
 владеть техникой переговоров, устного общения, включая телефонные переговоры;  
 владеть культурой межличностного общения.

### 3.3 Владеть навыками

производить координацию работы сотрудников с службы предприятия туризма и гостеприимства;  
 осуществлять организацию и контроль работы сотрудников службы предприятия туризма и гостеприимства;  
 использовать технику переговоров, устного общения, включая телефонные переговоры.

**ОК 01.: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;**

**ОК 02.: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;**

**ОК 03.: Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;**

**ОК 04.: Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;**

**ОК 05.: Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;**

**ОК 07.: Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;**

**ОК 09.: Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.**

**ПК 1.1.: Планировать текущую деятельность сотрудников служб предприятий туризма и гостеприимства.**

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	<b>Раздел 1. Координация работы служб предприятий туризма и гостеприимства</b>						
1.1	Организация и технологии работы служб предприятий туризма и гостеприимства /Тема/	1					

1.2	Роль и место знаний по дисциплине в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы по специальности в сфере профессиональной деятельности. Роль служб предприятий туризма и гостеприимства в цикле обслуживания гостей. Службы предприятий туризма и гостеприимства: цели, основные функции, состав персонала. Каналы продаж гостиничного продукта. Показатели оценки деятельности предприятий туризма и гостеприимства. Сотрудники служб предприятий туризма и гостеприимства: подбор, требования, профессиональные компетенции, качества, необходимые успешному продавцу. Функции сотрудников в соответствии с направлениями работы служб. Ознакомление с организацией рабочего места служб предприятий туризма и гостеприимства /Лек/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.3	Функции управления службами предприятий туризма и гостеприимства /Тема/	1					
1.4	Понятия: персонал, управление персоналом. Цели, функции и принципы управления персоналом. Категории персонала служб предприятий туризма и гостеприимства. Основные требования к персоналу. Корпоративная культура: понятие, сущность, цель, задачи, функции. Функции управления: понятие, виды, взаимосвязь. Особенности общих и специальных функций. /Лек/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.5	Планирование: понятие, значение, классификация, формы, основные стадии. Роль планирования в структурных подразделениях предприятий туризма и гостеприимства. Виды планов. Методика определения потребности служб в материальных ресурсах и персонале Организация и координация деятельности персонала структурного подразделения. Функция организации: понятие, сущность. Распределение задач на предприятии. Сущность делегирования. Содержание и виды полномочий и ответственности. /Лек/	1	6	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		

1.6	Пределы полномочий. Цели, задачи и принципы организации труда. Формы и виды разделения труда в службах предприятий туризма и гостеприимства. Сущность и виды нормирования труда. Организационные структуры управления: понятие, требования, предъявляемые к ним, принципы построения. Структурные подразделения, звенья и ступени управления. Взаимосвязи служб. Виды и функции уровней управления. Централизация и децентрализация управления. Структура служб предприятий туризма и гостеприимства и их взаимосвязь. /Лек/	1	6	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.7	Виды организационных структур управления (линейная, функциональная, линейноштабная, дивизиональная, матричная, управление по проекту), их характеристика, преимущества и недостатки. Типовая организационная структура предприятий туризма и гостеприимства. Мотивация труда. Понятие и назначение мотивации. Критерии мотивации (потребности, мотивы, стимулы, вознаграждение) труда. Мотивационный процесс. Лояльность персонала: понятие, виды, формирование. Факторы, влияющие на лояльность персонала. Оценка и пути повышения лояльности персонала. Психология коллектива. /Лек/	1	8	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.8	Разработка плана и определение целей деятельности служб предприятий туризма и гостеприимства. /Пр/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.9	Составление схемы взаимодействия служб предприятий туризма и гостеприимства. /Пр/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.10	Составление графиков выхода на работу. /Пр/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.11	Отработка методики выявления потребностей и мотивов поведения персонала структурного подразделения. Подготовка индивидуальных рекомендаций по повышению мотивации к труду. /Пр/	1	6	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.12	Разработка программы формирования лояльности персонала. /Пр/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		

1.13	Составление схемы проведения контроля в заданном структурном подразделении. Оценка эффективности работы служб /Пр/	1	6	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.14	Подготовка к дифференцированному зачету /Ср/	1	10	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.15	/ЗачётСОц/	1		ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.1.	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.3 Л2.2		

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Тестирование:

1. В чём состоит дуализм понятия «туризм»?

- а) с одной стороны, туризм— это путешествия с целью отдыха, с другой стороны, туризм — это деловые поездки;
- б) с одной стороны, туризм— это особый вид путешествий, с другой стороны, туризм — деятельность по организации, реализации и сопровождению путешествий;
- в) с одной стороны, туризм— это путешествия в другие страны, с другой стороны, туризм — путешествия по родной стране.

2. Конкуренция между тур. предприятиями, занимающимися сходными видами деятельности, направлена на:

- а) поиск условно свободных рыночных ниш и целевых сегментов;
- б) разработку новых продуктов для расширения рынка предложений;
- в) разорение конкурирующих турфирм;
- г) поиск новых, более эффективных методов работы и способов ведения бизнеса;
- д) создание монополии в туризме.

3. Высокий уровень образованности и информированности современного потребителя требует:

- а) высокого уровня профессионализма персонала тур. предприятия;
- б) высокого уровня обслуживания во время путешествия и отдыха;
- в) высокого уровня ценовой политики турфирмы.

4. Турпакет или тур представляет собой:

- а) туристские ресурсы местности, способные удовлетворить потребности туриста;
- б) комплекс различных услуг, объединенных на основе главной цели путешествия, которые удовлетворяют потребности туриста и предоставляется в определенные сроки и по определенному маршруту;
- в) совокупность всего, что может быть предложено на рынке потребителю и включает в себя физические объекты, услуги, места, идеи и т.д.;

5. Покупательский спрос – это:

- а) желание, подкрепленное покупательской способностью;
- б) потребность, которая переходит в категорию желания;
- в) желание, которое потребитель мечтает осуществить.

6. Природные ресурсы, объекты и системы инфраструктуры туризма, услуги предприятий туристской индустрии, материальные товары туристского и сопутствующего характера являются ли составляющими туристского продукта?

- а) да, все являются составляющими тур. продукта;
- б) не все являются составляющими тур. продукта;
- в) нет, не являются составляющими тур. продукта.

7. Перечислите 4 основные особенности тур. продукта, характерные для большей части услуг и отличающие их от материальных товаров.

8. Маркетинг в туристской индустрии – это:

- а) комплекс действий фирмы в условиях рынка, превращающий потребности людей (клиентов фирмы) в доходы фирмы;
- б) рыночная деятельность, позволяющая получить предприятию прибыль;
- в) деятельность предприятия, связанная с исследованием рынка для получения информации.

9. Сущностью клиент ориентированного подхода в туристской индустрии является:

- а) эффект (закон) Парето (закон 20 на 80) согласно которого 20% целевых клиентов приобретают 80% тур. услуг;
- б) закономерность, согласно которой следует отказаться от невыгодных клиентов;
- в) клиент является центром бизнеса любого тур. предприятия; смыслом, способом и необходимым условием существования, функционирования и финансового успеха каждой турфирмы.

10. Установите соответствие:
1. Предметно-смысловой уровень.
  2. Уровень отношений в поведении человека
    - а) решение задач;
    - б) преимущества и недостатки;
    - в) польза;
    - г) затраты;
    - д) симпатия;
    - е) антипатия;
    - ж) ощущения;
    - з) настроение;
    - и) установки;
    - к) информированность;
    - л) данные;
    - м) идеи;
    - н) предложения.
11. Что делать, чтобы соответствовать рациональным запросам клиентов? Перечислите не менее пяти правил профессионала.
12. Установите в порядке возрастания уровни потребностей согласно пирамиде (иерархии) потребностей А.Маслоу.
- а) потребность в самореализации;
  - б) потребность в безопасности, стабильности, порядке;
  - в) физиологические потребности;
  - г) потребность быть принятым «ближним кругом», в любви, дружбе;
  - д) потребность в уважении, авторитете, признании.
13. Процесс изменения в поведении человека под влиянием накопленного опыта называется:
- а) восприятие; б) усвоение; в) убеждение; г) установка.

#### Вопросы для дифференцированного зачета

1. Схема работы с возражениями клиентов турфирмы при продаже турпродукта.
2. Алгоритм эффективной коммуникации с клиентами турфирмы.
3. Расположите последовательно от наиболее к наименее значимым 10 основных факторов, определяющих качество обслуживания клиентов при покупке тура.
4. Основные правила работы с возражениями клиентов турфирмы.
5. Характеристика закрытых и открытых вопросов.
6. Вы менеджер по туризму. Вам нужно привлечь как можно больше клиентов. На какие мотивы туристов вы будете ориентироваться при составлении туров?
7. Причины возникновения возражений клиентов турфирмы.
8. Классификация клиентов турфирмы и приемы воздействия на них.
9. Клиент желает получить много познавательных экскурсий. Как вы будете формировать программу обслуживания туриста? Какой принцип при этом должен соблюдаться?
10. Ключевые задачи управления личными продажами в туризме.
11. Характеристика альтернативных, наводящих и уточняющих вопросов.
12. Составьте вопросы для собеседования с претендентом на должность менеджера по туризму
13. Распространенные ошибки при работе с возражениями клиентов турфирмы.
14. Должностные обязанности менеджера по продаже турпродукта.
15. Характеристика обстоятельств, влияющих на возможность снижения цены турпакета при ее обслуживании с иностранными партнерами.
16. Классификация вопросов для выявления потребностей клиентов турфирмы, краткая характеристика.
17. Требования к менеджеру по продаже турпродукта.
18. Вы менеджер по туризму. Вам нужно привлечь как можно больше клиентов, на какие мотивы туристов вы будете ориентироваться при составлении программы обслуживания?
19. Особенности туристского спроса и их влияние на технологии продаж.
20. Приемы грамотного завершения сделки по продаже турпродукта.
21. Назовите как можно больше способов завершения продажи
22. Роль мотивации менеджера в повышении эффективности процесса личной продажи
23. Клиентоориентированный подход в туристской индустрии
24. Каким образом вы можете получить обратную связь от клиента? Какой путь самый достоверный?
25. Структура продажи турпродукта, характеристика основных элементов
26. Тенденции развития туристской индустрии
27. Клиент предъявляет претензию по качеству обслуживания в отеле. Ваши действия.
28. Факторы туристской мотивации, краткая характеристика.
29. Влияние особенностей туристского продукта на процесс продаж.
30. Что важнее при общении: вербальное или невербальное восприятие?
31. Классификация туристов по их активности и стилю жизни.
32. Особенности туристского спроса и их влияние на технологии продаж



33. Назовите как можно больше способов завершения продажи
34. Стратегии обслуживания различных групп клиентов.
35. Методы и формы реализации турпродукта.
36. Клиент говорит: «Это дорого!». Почему он это говорит? Назовите как можно больше вариантов.
37. Классификация групп клиентов турфирмы и краткая характеристика.
38. Каналы распределения туристского продукта.
39. Опишите идеальный для Вас коллектив.
40. Формы и стили обслуживания различных групп клиентов.
41. Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж
42. В какой компании для Вас было бы комфортно работать?
43. Процесс принятия клиентом решения о покупке
44. Способы доведения информации до потребителя туристских услуг.
45. Опишите качества идеального менеджера продаж.
46. Схема процесса персональной продажи турпродукта.
47. Психологические приемы влияния на партнера.
48. Как Вы думаете, у менеджера по продажам заработная плата должна состоять из: а) оклада, б) оклада и %, в) %. Дайте развернутый ответ.
49. Установление контакта с клиентом
50. Организация пропаганды туризма с использованием PR – средств
51. Назовите индивидуально – личностные качества, необходимые специалисту по туризму.
52. Продвижение туристских услуг от поставщиков услуг к потребителям.
53. Эффективные формы общения с клиентами турфирмы
54. Если турист задает менеджеру турфирмы вопрос, на который тот не может дать исчерпывающий ответ, надо:
  - А. Ответить уклончиво, но так. Чтобы клиент не усомнился в компетентности менеджера;
  - Б. Признать свою недостаточную компетентность и предложить обратиться к другому сотруднику;
  - В. Принять меры к получению полной информации по этому вопросу и через некоторое время ответить клиенту.
55. Приёмы воздействия на клиента. Применение правил убеждения в переговорах
56. Виды информационных ресурсов.
57. Дайте как можно больше решений в данной ситуации: клиент требует такую скидку, которую вы не можете предоставить.
58. Сопrotивление как источник возражений
59. Требования, предъявляемые к рекламе со стороны российского законодательства.
60. Клиент говорит: «У вас такой же турпродукт стоит дороже». Ваши действия.
61. Способы поддержания длительных отношений с клиентами
62. Факторы, оказывающие влияние на потребителей турпродукта.
63. Назовите распространенные ошибки в работе с возражениями клиента.
64. Содержание процесса обслуживания и продажи туристского продукта
65. Правила и рекомендации проведения презентации турпродукта
66. Назовите характеристики многословного клиента и приемы воздействия на него.
67. Влияние особенностей турпродукта на процесс продаж
68. Факторы, влияющие на качество обслуживания клиентов турфирмы.
69. Назовите характеристики требовательного клиента и приемы воздействия на него
70. Психологические приемы влияния на партнера
71. Факторы, влияющие на выбор средств распространения рекламы в сфере туристской деятельности.
72. Назовите слова, которые помогают продавать турпродукт.
73. Приемы эффективной коммуникации в офисе турфирмы
74. Наружная реклама, характеристика, достоинства и недостатки.
75. Назовите слова, которых специалист по туризму следует избегать.

## 5.2. Темы письменных работ

1. Исследование проблем взаимоотношения туроператоров и турагентов
2. Анализ нормативно-правовых документов, регламентирующих сферу туризма в РФ
3. Анализ современного этапа развития турбизнеса в России
4. Оценка туристско- рекреационных ресурсов страны как условие проектирования тура (на конкретном примере).
5. Разработка комплекса мероприятий по организации выставочного участия туристско- экскурсионной фирмы
6. Комплексный анализ участия туристской фирмы в выставочной деятельности
7. Исследование проблем формирования туристского продукта в рамках культурно- познавательного туризма
8. Исследование проблем формирования туристского продукта в рамках делового туризма.
9. Исследование проблем формирования туристского продукта в рамках экологического туризма.
10. Исследование проблем формирования туристского продукта в рамках религиозного туризма.
11. Исследование проблем формирования туристского продукта в рамках лечебно- оздоровительного туризма.
12. Особенности организации взаимодействия турагента с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта.
13. Визовые ограничения как способ регулирования туристских потоков.
14. Разработка рекламной стратегии туристской компании
15. Создание инновационного туристского продукта (по видам туризма)
16. Разработка программы продвижения турпродукта туроператором
17. Технологии обслуживания клиентов (на примере агентского бизнеса)
18. Культура общения в туристском бизнесе

19. Причины возникновения конфликтов в туристском бизнесе и пути их решения.
20. Анализ психологических аспектов при общении с клиентами в туристском бизнесе
21. Исследование проблемы повышения качества обслуживания туристов
22. Современный этап развития турбизнеса в России: анализ, проблемы и перспективы
23. Разработка комплекса мероприятий по осуществлению эффективного выставочного участия турфирмы.
24. Анализ программных комплексов автоматизации туристской деятельности
25. Исследование проблем международного регулирования туристской деятельности
26. Исследование особенностей нерекламных методов продвижения турпродукта
27. Анализ тенденций развития потребительского спроса в туризме
28. Анализ особенностей туристского продукта и их влияние на технологии продаж
29. Анализ социально-этической концепции маркетинга и её применение в туристской индустрии
30. Анализ покупательского поведения современного потребителя туристских услуг
31. Анализ психологических процессов, влияющих на технологии продаж в туристском бизнесе
32. Исследование каналов распределения туристского продукта
33. Анализ методов и форм реализации туристского продукта
34. Анализ процесса персональной продажи турпродукта
35. Анализ диагностики возражений при взаимодействии с клиентами во время процесса продаж турпродукта
36. Исследование сопротивления клиентов как источника возражений в процессе продаж турпродукта
37. Анализ электронной коммерции в туризме
38. Анализ сущности и функций цен в туризме. Особенности ведения переговоров о цене
39. Анализ особенностей презентации туристского продукта
40. Анализ конкурентной среды туристского предприятия
41. Анализ способов поддержания длительных отношений с клиентами
42. Анализ стратегий обслуживания различных групп клиентов.
43. Анализ рекреационных потребностей в структуре потребностей личности
44. Анализ влияния рекламы на продажи в туризме
45. Анализ клиентоориентированного подхода в туристской индустрии
46. Анализ конкурентоспособных стратегий на рынке туристских услуг.
47. Роль корпоративной культуры в успешности работы турагентств
48. Формирование системы мотивации персонала туристского предприятия
49. Методы привлечения и удержания клиентов в турагентствах.
50. Профессиональная этика в сфере туризма
51. Информационные ресурсы в технологии продаж туристского продукта

### 5.3. Фонд оценочных средств

1. Раскройте понятия:

Туроператор;

Турагент;

Поставщики туристских услуг;

Туристский продукт;

Туристская путёвка;

Туристские ресурсы.

Перечислите отличительные особенности туристских услуг;

Опишите процесс формирования туристского продукта;

Опишите процесс продвижения туристского продукта;

Опишите процесс реализации туристского продукта.

2. Опишите основные виды туров (заказной тур, инклюзив-тур, пэкидж тур);

Какие услуги в туризме являются основными?

Какие услуги в туризме являются дополнительными?

Какие услуги в туризме являются сопутствующими?

Перечислите туристские потребности человека;

Перечислите факторы, влияющие на формирование туристских потребностей;

Назовите основные виды туристской рекламы;

Каковы основные функции рекламы в туризме?

Перечислите основные принципы туристской рекламы;

Какие основные моменты призвана отразить реклама турпродукта?

3. Перечислите основные задачи турагента

Опишите принципы функционирования независимого турагентства

Опишите принципы функционирования частично зависимого турагентства

Опишите принципы функционирования уполномоченного турагентства

Опишите принципы функционирования ритейлового турагентства

Охарактеризуйте базовое (основное) качество услуги

Охарактеризуйте требуемое (ожидаемое) качество услуги

Охарактеризуйте желаемое качество услуги

Раскройте понятие агентство-имитатор

<p>Раскройте понятие агентство-новатор.</p> <p>4. Раскройте понятия:          Технологическая карта.          Туристская путевка формы ТУР-1.          Информационный листок туристского маршрута.          Лист бронирования.          Туристский ваучер          Паспорт туристского маршрута          Себестоимость туристского продукта складывается из суммы переменных и постоянных затрат на организацию тура, перечислите: переменные (прямые и косвенные) затраты.          Постоянные затраты.          Приведите формулу расчета себестоимости тура, и расшифруйте её.          Как себестоимость отличается от цены турпродукта?</p> <p>5. Перечислите основные методы продвижения туристского продукта          Раскройте понятие реклама.          Перечислите основные виды рекламы          Назовите нерекламные методы продвижения туристского продукта.          На какие виды принято подразделять выставки?          Перечислите виды заграничных паспортов.          Раскройте понятие «виза».          Перечислите виды приглашений, на основании которых оформляются визы.          Какую обязательную информацию содержит в себе приглашение?          Перечислите виды виз.</p> <p>6. Перечислите 6 основных этапов взаимодействия турагента с туроператором.          Назовите основную цель рекламных туров. Для кого организуются рекламные туры?          Рекламные туры классифицируют по целям организации. Перечислите известные виды рекламных туров (раскрывая суть определения).          Перечислите документы которые исполнитель (турфирма) обязан передать потребителю (туристу) не позднее 24 часов до выезда по туристскому маршруту.          Раскройте понятие «туристский ваучер».          Перечислите виды ваучеров.          Раскройте понятие «технологическая карта туристского маршрута». Опишите содержание этого документа.</p> <p>7. Перечислите 5 пунктов отражающих основные моменты по которым Исполнитель несет ответственность перед Потребителем, в соответствии с Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей».          В каких случаях Исполнитель освобождается от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение своих обязательств перед Потребителем?          Перечислите основные правила оформления претензии.          Перечислите три основные группы на которые принято условно подразделять претензии туристов.          Перечислите основные правила оформления ответа на претензию туриста.</p> <p>8. Раскройте понятие «Таможенный контроль»          Раскройте понятие «Таможенные формальности»          Раскройте понятие «Декларирование»          Раскройте понятие «Зелёный коридор»          Раскройте понятие «Красный коридор»;          Перечислите формы таможенного контроля;          Раскройте понятие «Туристская анимация»          Перечислите виды туристской анимации          Перечислите функции туристской анимации          Перечислите цели туристской анимации</p>
---

#### 5.4. Перечень видов оценочных средств

тестирование  
 устный опрос  
 письменный опрос  
 дифференцированный зачет

### 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

#### 6.1. Рекомендуемая литература

##### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Христов Т. Т.	География туризма: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2023

	Авторы, составители	Заглавие		Издательство, год	
Л1.2	Бугорский В. П.	Организация туристской индустрии. Правовые основы: учебное пособие для спо		Москва: Юрайт, 2023	
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>					
	Авторы, составители	Заглавие		Издательство, год	
Л2.1	Амирова З. Б.	Инфраструктура туризма и гостеприимства: учебное пособие		Москва: Альтаир МГАВТ, 2014	
Л2.2	Владыкина Ю. О.	Организация туристской деятельности: учебное пособие		Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2016	
Л2.3	Королева Л. В.	География туризма: практикум		Москва: Логос, 2015	
<b>6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства</b>					
<b>6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>					
6.3.2.1	Справочная Правовая Система КонсультантПлюс				
6.3.2.2	Информационная справочная система «Гарант»				
<b>7. МТО (оборудование и технические средства обучения)</b>					
№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
28	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 11 шт., стул – 21 шт., доска – 1 шт.		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	