

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.01.04 Осуществление расчетов с клиентом за
предоставленные услуги 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. Разномазова М.А.

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

Рабочая программа дисциплины

Осуществление расчетов с клиентом за предоставленные услуги 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 02.03.2023 протокол № 23.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Маркетинг, реклама и туризм (СПО)

Протокол от 18.02.2023 г. № 7

Директор Грищенко М.А.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

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

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 1.4.: Осуществлять расчеты с потребителями за предоставленные услуги.

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
	Раздел 1. Технология расчетов клиентов/гостей сотрудниками служб предприятий туризма и гостеприимства						
1.1	Ценообразование и ценовая политика /Тема/	1					
1.2	Ценообразование: расчет цены услуг. Методы расчета цены туристских услуг; управление доходами: оптимизация цены. /Лек/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1 Л2.1 Л2.3 Л2.2		

1.3	Цена и тариф управление доходами (revenue management). Понятие тарифа; варианты тарифов. Цена от стойки (фиксированная цена, гибкий тариф). /Лек/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.4	Понятие инструменты revenue management; прогнозирование. revenue management; задачи и /Лек/	1	6	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.5	Факторы, влияющие на ценообразование гостиничного предприятия. /Пр/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.6	Основные методы ценообразования, использующиеся при определении цены туристских услуг. /Пр/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.7	Виды скидок с цены, применяемые в сфере туризма и гостеприимства. /Пр/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.8	Неценовые маркетинговые решения, применяемые в сфере туризма и гостеприимства. /Пр/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.9	Осуществление расчетов клиентов за предоставленные услуги /Тема/	1					
1.10	Понятие обслуживания клиентов. Основные стандарты обслуживания клиентов. /Лек/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.11	Обслуживание клиентов: правила и стандарты. Порядок действий. Цели и задачи обслуживания. /Лек/	1	4	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.12	Основные правила и нормы. Деловое общение. Этика и этикет. /Лек/	1	6	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.13	Встреча, обслуживание и расчет клиентов, прощание. Введение и закрепление лексики. /Пр/	1	6	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		

1.14	Организация и подготовка процесса обслуживания клиентов при расчете за предоставленные услуги. /Пр/	1	6	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.15	Подготовка к дифференцированному зачету. /Ср/	1	10	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		
1.16	/ЗачётСОц/	1		ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 07. ОК 09. ПК 1.4.	Л1.2 Л1.3 Л1.1Л2.1 Л2.3 Л2.2		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

1. Что такое «мягкий блок»?
 - а) повышенная комфортность
 - б) текущее бронирование без предоплаты
 - в) авиабилеты на пиковые даты
2. Что такое «жесткий блок»?
 - а) экономичные условия перевозки
 - б) 100%-ная предоплата бронирования
 - в) авиарейс без питания на борту
3. Дайте расшифровку видов питания на туре:
 - а) НВ
 - б) FB
 - в) ВВ
 - г) All inclusive
 - д) OR
 - е) Ultra All Inclusive
4. Из чего складывается цена турпакета? (лишнее вычеркнуть)
 - а) затраты на производство тура
 - б) цены конкурентов на аналогичный продукт
 - в) уровень спроса на данный турпродукт
 - г) комиссионное вознаграждение агента
 - д) экономическая и политическая ситуация в стране
 - е) топливный сбор
 - ж) имидж фирмы
5. Какой из видов туристской документации является бланком строгой финансовой отчетности?
 - а) туристский ваучер
 - б) путевка ТУР – 1
 - в) памятка туристу
 - г) лист бронирования

Тест 2

1. Назовите основные цели рекламы в туризме:
 - а) информативная
 - б) убеждающая
 - в) напоминающая
 - г) все указанные
2. Назовите основные этапы формирования сбытовой сети и перечислите 7 «Р».
3. Изобразите примеры схем рыночных каналов продвижения туристского продукта туроператора до потребителя.
4. Дайте определение понятию «Туроператорский каталог». Какие требования предъявляются к публикуемой в нем информации?
5. Выставочные мероприятия, по целям проведения классифицируют на:
 - а) торговые и информационно-ознакомительные
 - б) периодические, ежегодные, сезонные
 - в) универсальные, отраслевые, специализированные
 - г) региональные, межрегиональные, национальные, международные

Тест 3

1. Инициативный туроператор – это оператор:

- а) на приеме, которые комплектуют туры и программы обслуживания в дестинации, используя прямые договора с поставщиками услуг
- б) отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими операторами или напрямую с туристскими предприятиями
- в) использующий определенный вид транспорта (теплоходы, поезда и т.д.)
- г) специализирующийся на определенном продукте или сегменте рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма)

2. К функциям туроператора не относится:

- а) взаимодействие с поставщиками услуг на туры на договорной основе
- б) составление перспективных программ обслуживания, туров и апробация их на рынке с целью выявления соответствия потребностям туристов
- в) организация оперативного гостиничного обслуживания туристов
- г) рекламно-информационная деятельность для продвижения своего туристского продукта к потребителям

3. Основные особенности индивидуального тура:

- а) более высокая цена, высокая экономическая эффективность
- б) более доступные, есть установленный порядок путешествия
- в) более высокая цена, есть установленный порядок путешествия
- г) более доступные, высокая экономическая эффективность

4. К преимуществам инклюзив-туров относится:

- а) высокая степень независимости и самостоятельности, но более дорогая
- б) наличие услуг, не интересующих клиентов
- в) комплексная поездка стоит дешевле, чем набор услуг, покупаемых отдельно
- г) комплектование услуг производится по желанию и при участии туриста

5. Туристский продукт (из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ») - ...

- а) туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации
- б) документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности
- в) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену по договору о реализации туристского продукта
- г) совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения

6. Размер финансового обеспечения для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере внутреннего туризма, не может быть менее:

- а) 500 тыс. руб.
- б) 10 млн. руб.
- в) 30 млн. руб.
- г) 100 млн. руб.

7. К результатам проектирования тура относится правильно составленная ...

- а) анимационная программа гостиницы
- б) технологическая карта туристского путешествия
- в) информационная карта туристского продукта
- г) маршрутная карта транспортного предприятия

8. К обязательным требованиям к туристской услуге относится:

- а) этичность обслуживания персонала
- б) эргономичность
- в) сохранность имущества туристов
- г) соответствие назначению

9. При организации познавательных туров необходимо обеспечить:

- а) обширную экскурсионную программу
- б) размещение в гостиницах более высокого класса
- в) посещение спортивных состязаний
- г) наличие помещений для заседаний

10. К примерным требованиям к обслуживанию туристов на оздоровительно-восстановительных турах по коммерческому классу относится:

- а) проживание в гостиницах 2-3 звезды, питание полупансион или завтрак с обширной развлекательной программой
- б) проживание в гостиницах экономического класса и питание полупансион или завтрак
- в) проживание в гостиницах высокого класса и питание полупансион
- г) проживание в гостиницах 3-4 звезды и питание полный пансион с детским меню

11. К элементам договорного плана относится:

- а) бронирование номеров гостиницы
- б) основной предмет договора
- в) рекламная кампания
- г) организация чартерных рейсов

12. К правилам психологического подхода к ведению переговоров относится:

- а) толерантность
- б) самопрезентация

- в) самоконтроль
г) инициативность
13. К основным видам соглашений с гостиничными предприятиями относятся:
- а) договора-подряда
б) договора о квоте мест с гарантией заполнения 100 %
в) бессрочные договора
г) договора о квоте мест с гарантией заполнения 30-80 %
14. В договоре с предприятием питания должны быть отражены:
- а) гарантийные обязательства
б) вид питания (шведский стол, обслуживание и т.д.)
в) сроки хранения продуктов питания
г) закупочные цены на сырье и полуфабрикаты предприятия питания
15. Договор с авиакомпанией может быть в форме:
- а) соглашения о лизинге самолета
б) договора на квоту мест на регулярных авиарейсах
в) договора на оказание консалтинговых услуг
г) соглашения о текущем бронировании
16. К вариантам продажи блоков мест туроператором на чартер относится ...
- а) регулируемый блок мест
б) плавающий блок мест
в) свободный блок мест
г) мягкий блок мест
17. Договор между инициативным и рецептивным туроператором при организации инклюзив-тура обязательно должен включать:
- а) информацию о достопримечательностях дестинации
б) перечень и последовательность посещения городов
в) перечень оборудования гостиниц и транспортного предприятия
г) даты национальных праздников и событий
18. Рецептивный туроператор – это оператор:
- а) на приеме, которые комплектуют туры и программы обслуживания в дестинации, используя прямые договора с поставщиками услуг
б) отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими операторами или напрямую с туристскими предприятиями
в) использующий определенный вид транспорта (теплоходы, поезда и т.д.)
г) специализирующийся на определенном продукте или сегменте рынка (на определенной стране, на определенном виде туризма)
19. К функциям туроператора не относится:
- а) продвижение и реализация туров потребителям через систему туроператоров
б) расчет стоимости тура и определение цены с учетом рыночной ситуации
в) обеспечение туристов всеми необходимыми материалами рекламно-сувенирного характера, специальным снаряжением и инвентарем
г) инженерно-техническое обслуживание средств транспорта (самолетов, автобусов, круизных лайнеров)
20. Основные особенности группового тура:
- а) более высокая цена, высокая экономическая эффективность
б) более доступные, есть установленный порядок путешествия
в) более высокая цена, есть установленный порядок путешествия
г) более доступные, высокая экономическая эффективность
21. К недостаткам инклюзив-туров относится:
- а) высокая степень независимости и самостоятельности, но более дорогая
б) наличие услуг, не интересующих клиентов
в) комплексная поездка стоит дешевле, чем набор услуг, покупаемых отдельно
г) комплектование услуг производится по желанию и при участии туриста
22. Туристская путевка (из ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ») - ...
- а) туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации
б) документ, содержащий условия путешествия, подтверждающий факт оплаты туристского продукта и являющийся бланком строгой отчетности
в) комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену по договору о реализации туристского продукта
г) совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения
23. Размер финансового обеспечения для туроператоров, осуществляющих деятельность в сфере въездного туризма, не может быть менее:
- а) 500 тыс. руб.
б) 10 млн. руб.
в) 30 млн. руб.
г) 100 млн. руб.
24. К результатам проектирования тура относится правильно составленный ...
- а) график загрузки предприятия – поставщика услуг

- б) путевой лист транспортного предприятия
 - в) перечень туристских предприятий региона
 - г) комплекс досуговых мероприятий поставщика услуг
25. К обязательным требованиям к туристской услуге относится:
- а) охрана окружающей среды
 - б) безопасность жизни и здоровья
 - в) сохранность имущества туристов
 - г) соответствие назначению
26. При организации деловых туров необходимо обеспечить:
- а) комплексное освящение национальных особенностей и быта народа
 - б) размещение в гостиницах более высокого класса
 - в) посещение спортивных состязаний
 - г) фольклорные праздники
27. К примерным требованиям к обслуживанию семейных туристов на оздоровительно-восстановительных турах по среднему классу относится:
- а) проживание в гостиницах 2-3 звезды, питание полупансион или завтрак с обширной развлекательной программой
 - б) проживание в гостиницах экономического класса и питание полупансион или завтрак
 - в) проживание в гостиницах высокого класса и питание полупансион
 - г) проживание в гостиницах 3-4 звезды и питание полный пансион с детским меню
28. К элементам договорного плана относится:
- а) продвижение продаж
 - б) сроки заключения договоров
 - в) бизнес-план
 - г) финансовый показатели партнера
29. К правилам психологического подхода к ведению переговоров относится:
- а) эстетичность
 - б) дедукция
 - в) интернальность
 - г) аргументированность
30. К основным видам соглашений с гостиничными предприятиями относятся:
- а) договора о частичной закупке с оплатой аванса
 - б) договора о квоте мест без гарантии заполнения
 - в) бессрочные договора
 - г) договора о твердом бронировании без оплаты
31. В договоре с предприятием питания должны быть отражены:
- а) сроки повышения цен
 - б) количество рекламаций
 - в) вид гарантии
 - г) количество одновременно обслуживаемых туристов
32. Договор с авиакомпанией может быть в форме:
- а) корпоративного соглашения
 - б) договора обмена
 - в) агентского соглашения
 - г) договора комиссии
33. К вариантам продажи блоков мест туроператором на чартер относится ...
- а) жесткий блок мест
 - б) оговоренный блок мест
 - в) ограниченный блок мест
 - г) расширенный блок мест
34. Договор между инициативным и рецептивным туроператором при организации индивидуальных заказных туров обязательно должен включать:
- а) информацию о достопримечательностях дестинации
 - б) перечень оборудования гостиниц и транспортного предприятия
 - в) перечень услуг и их классность
 - г) основные даты национальных праздников
35. В набор технологической документации для каждого тура обязательно включаются:
- а) справочные материалы по маршруту
 - б) договоренности с принимающими операторами или туристскими предприятиями
 - в) технический паспорт на определенный вид транспорта (теплоходы, поезда и т.д.)
 - г) информационный листок к путевке туристского путешествия
 - д) бланки путевок типовой формы ТУР-1 «Туристская путевка»
36. Технологическая карта туристского путешествия – это:
- а) документ о правилах взаимодействия с поставщиками услуг на туры на договорной основе
 - б) документ об апробации тура на рынке с целью выявления соответствия потребностям туристов
 - в) документ, подтверждающий факт оплаты туристского продукта
 - г) документ, наглядно и лаконично дающий все необходимые для работы сведения и данные по туру
 - д) документ о рекламно-информационной деятельности для продвижения туристского продукта
37. Информационный листок к путевке туристского путешествия содержит следующие данные:

- а) наличие мест в гостинице
б) вид и тип тур. путешествия, основного содержания программы обслуживания в путешествии
в) закупочные цены на сырье и полуфабрикаты предприятия питания
г) перечень услуг, предоставляемых за дополнительную плату
д) рекламный материал для продвижения туристского продукта
38. К существенным условиям договора с клиентом на приобретение тура относятся:
а) информация о потребительских свойствах турпродукта, программе пребывания, безопасности
б) варианты рекламных проспектов и буклетов
в) дата и время начала и окончания путешествия, его продолжительность
г) анимационная программа центров досуга и развлечения в дестинации
д) розничная цена туристского продукта и порядок его оплаты
39. Тексты памяток для туристов составляются в следующих случаях:
а) предварительного бронирования номеров гостиницы
б) размещения в гостиницах более высокого класса
в) при организации специализированных туров (приключенческих, спортивных для безопасности)
г) направления туристов в эндемические страны
д) организации чартерных рейсов
40. Прайс-листы туроператора в форме листовок, буклетов и каталогов – это:
а) информация о таможенном досмотре в аэропорту
б) информация о ценах на различные туристские услуги
в) реклама возможностей туроператора по путешествиям
г) материалы, освещающие особенности тура
д) информация о методе калькуляции себестоимости тура
41. В настоящее время известны визы в виде:
а) штампа
б) карточки
в) наклейки
г) прайс-листа
д) буклета
42. Мульти-визы ...
а) дают право на постоянное пребывание в стране
б) не ограничивают количество поездок в страну
в) однократные визы
г) выдаются на короткие сроки для транзита по территории страны
д) двукратные визы
43. К визам для кратковременных посещений относятся:
а) учебные (студенческие) визы
б) частные (гостевые) визы
в) туристические визы
г) транзитные визы
д) рабочие визы
44. В список стран, в которые разрешен въезд без визы или виза ставится по прилету, входят:
а) Египет
б) Куба
в) Дания
г) Канада
д) Вьетнам
45. К обязательным документам для открытия Шенгенской визы (в Германию) относятся:
а) справка, подтверждающая родственные связи с гражданами (например, в Германии)
б) нотариально заверенная копия диплома о высшем образовании
в) Шенгенская анкета
г) копии паспортов всех близких родственников
д) финансовая гарантия: оригинал выписки о состоянии счета заявителя
46. При калькуляции себестоимости турпродукта учитываются следующие статьи расходов:
а) на экскурсионную программу
б) на питание
в) на спонсорскую помощь
г) на самопрезентацию
д) на проживание
47. К основным видам затрат туроператора относятся:
а) комиссионные (связанные с агентскими вознаграждениями)
б) персональные (связанные с выплатой персональных премий)
в) производственные (связанные с формированием турпродукта)
г) групповые (связанные с расходами на туристскую группу)
д) коммерческие (связанные с его продвижением и продажей)
48. К накладным затратам туроператора относятся:
а) представительские расходы
б) командировочные расходы

- в) затраты по страхованию туристов в период поездки
 - г) затраты, связанные с разработкой новых направлений
 - д) затраты на оплату труда менеджеров
49. К коммерческим затратам, связанным с продвижением и продажей турпродукта, относятся:
- а) услуги экскурсионных бюро и иных аналогичных организаций по экскурсионному обслуживанию
 - б) расходы, связанные с деятельностью точек реализации в качестве подразделений организации
 - в) затраты на рекламу
 - г) амортизация основных средств и нематериальных активов
 - д) расходы на канцтовары, приобретение бланков строгой отчетности
50. На цену турпродукта влияют следующие факторы
- а) количество информации о достопримечательностях дестинации
 - б) сезонный характер предоставления услуг
 - в) класс обслуживания (степень комфортности)
 - г) доступность информации о национальных праздниках и событиях
 - д) формы обслуживания (групповой, индивидуальный тур)
51. Методы ценообразования:
- а) коэффициентный метод ценообразования
 - б) ценообразование на основе маркетинга
 - в) ценообразование с ориентацией на уровень конкуренции
 - г) ценообразование на основе издержек
 - д) индексный метод ценообразования
51. К основным видам налогов и сборов, отчисляемых туроператорами в бюджеты относятся:
- а) налог на операции с ценными бумагами
 - б) налог на добавленную стоимость
 - в) налог на пользование природными ресурсами
 - г) налог на прибыль
 - д) акцизный сбор
52. К основным видам информационных технологий в туроперейтинге относятся:
- а) сотовая телефония
 - б) глобальные системы бронирования
 - в) рассылка туристской информации по электронной почте (direct-mail)
 - г) рассылка почтой рекламной информации
 - д) информация о достопримечательностях дестинации

Вопросы для дифференцированного зачета:

1. С чем связано возникновение бизнеса туроперейтинга на туристском рынке?
2. Назовите основные функции туроператора.
3. Деятельность туроператора на туристском рынке.
4. Типы туроперейтинга.
5. Особенности рецептивного туроперейтинга.
6. Деятельность инициативного туроперейтинга.
7. Роль оптовых туроператоров на международном туристском рынке.
8. Охарактеризуйте основные потребительские свойства туристского продукта.
9. Дайте определение понятий групповой и индивидуальный тур.
10. Охарактеризуйте основные классы обслуживания в туризме.
11. Преимущества и недостатки заказных и инклюзив-туров.
12. Дайте определение понятия «пакет-услуг».
13. Факторы ценообразования в туризме.
14. Расскажите о порядке составления программы обслуживания.
15. Что такое – поставщик услуг?
16. Договор туроператора с поставщиком услуг.
17. Договор с гостиничным предприятием.
18. Договор с предприятием питания.
19. Договор с автотранспортным предприятием.
20. Договор с авиакомпанией (регулярные авиарейсы).
21. Чартер (аренда самолета).
22. Договор с железной дорогой.
23. Договор с музеем и экскурсионной фирмой.
24. Что такое технологическая документация туров?
25. Информационный листок к путеводителю туристского путешествия.
26. Лист бронирования.
27. Памятка туриста.
28. Туристская путевка.
29. Туристский ваучер.
30. Договор с клиентом.
31. Виды паспортов российских граждан.
32. Виды виз.
33. Посольская анкета.

34. Особенности Шенгенской визы.
35. Что такое основные и дополнительные услуги?
36. Какие организации и предприятия участвуют в обслуживании туристов на туре?
37. Какова мера ответственности туроператора за обслуживание туристов на туре?
38. На какие моменты следует обращать внимание при выборе поставщика тура?
39. Для чего нужен договор с поставщиком услуг?
40. Что такое «отстойный рейс»?
41. Что такое «мягкий блок»?
42. Что такое «жесткий блок»?
43. Что такое «комбинированный блок»?
44. Что такое договор о квоте мест с гарантией заполнения 30–80%?
45. Что такое договор о квоте без гарантии заполнения?
46. Что такое договор о текущем бронировании?
47. Какие виды питания туристов вы знаете?
48. Охарактеризуйте следующие варианты питания: ВВ, НВ, FB, All inclusive?
49. Назовите различные формы питания.
50. Что такое обслуживание «А ля карт»?
51. Что такое обслуживание «Табльдот»?
52. Что такое «Шведский стол»?
53. Какие виды приглашений и виз для приглашений в другую страну вы знаете?
54. В каких случаях оформляются национальные визы в страны шенгенского соглашения?
55. Какова ответственность туроператора и турагента за некачественные услуги и взаимоотношения при отказе туриста от путешествия?
56. Что относится к форс-мажорным обстоятельствам и как они отражаются в соглашении?

5.2. Темы письменных работ

1. Формирование сбытовой сети и подбор партнеров по сбыту в практике российских туроператоров.
2. Агентское соглашение: основные положения, требования, стандарты.
3. Нерекламные методы продвижения турпродукта.
4. Стимулирование продаж и пропаганда в туризме.
5. Специфика организации и проведения презентаций в туризме.
6. Организация туризма на постсоветском пространстве.
7. Организация туризма в России.
8. «Закон о защите прав потребителей» в сфере туристского обслуживания.
9. Групповые и индивидуальные туры: технология и особенности реализации.
10. Экскурсионно-познавательные туры.
11. Обучающие туры: технология организации.
12. Спортивно-экстремальный туризм в России и за рубежом.
13. Религиозные и паломнические туры: особенности организации и продвижения турпродукта.
14. Организация детских и молодежных туров.
15. Бизнес-планирование в туризме.
16. Автомобильные перевозки в международном туризме.
17. Железнодорожные перевозки в туризме.
18. Событийный туризм в практике турфирм.
19. Лидеры выездного туризма Российской Федерации.
20. Туроператоры въездного и внутреннего туризма в России.
21. Качество обслуживания в туризме.
22. Развитие делового и конгрессного туризма в России и за рубежом.
23. Культура как основа туристской мотивации.
24. Развитие системы владения отдыхом «таймшер» в России и за рубежом.
25. Самостоятельный туризм как альтернатива коммерциализации туризма.
26. Рекреационная сущность санаторно-курортного дела в России и европейских странах.
27. Перспективы развития туризма в Ростовской области.
28. Анимация в туризме.
29. Современные разработки в области приключенческого и экзотического туризма.
30. Анализ современного состояния международного рынка туристских услуг.

5.3. Фонд оценочных средств

Задание 1:

1. Какими в условиях рыночной экономики будут цены близких по составу и качеству услуг турпродукты и почему?
2. Назовите факторы, способные повлиять на цены товаров и услуг.
3. Как условия договора туроператора с поставщиком услуг влияют на характер зависимости затрат на оплату услуг данного поставщика от объема реализованного турпродукта?
4. Какие условия договора с поставщиками услуг позволяют туроператору снизить финансовые риски при переходе от высокого сезона к низкому?
5. Какой метод ценообразования турпродукта является оптимальным?
6. Играет ли величина себестоимости турпродукта какую-либо роль для туроператора в условиях рыночной экономики, когда цена турпродукта определяется соотношением спроса и предложения?
7. Почему туроператор в разные периоды времени в течение сезона продает турпродукт с разной рентабельностью?

8. Какие факторы приводят к сезонным колебаниям спроса на экскурсионный турпродукт?
 9. Как величина надбавки к себестоимости турпродукта связана с величиной спроса на этот турпродукт?
 Задание 2: Анализ ценообразования туроператоров. Составление схемы «Ценовая структура турпродукта».
 Задание 3: Расчет проекта тура.
 1. Выбрать вид турпродукта.
 2. Выбрать состав услуг, включаемых в оплату.
 3. Рассчитать стоимость тура на 2 чел на 7н/8дн с выбранными услугами.
 4. Расчеты оформляются в виде таблицы:

Услуга	Комментарий по услуге/тариф	Кол-во	Стоимость услуги,\$.
Авиаперевозка	Аэрофлот, экном-класс,300\$/чел туда-обратно	2	600
Трансфер	Автобус турист. класса на 40 чел, аренда 25\$/час(min.4+1)	4	12,5
Проживание	Отель 4*/НВ, 40\$/сут/DBL	7	280
Экскурсия	Обзорная экскурсия по городу (инд.гид до 2 чел.),50\$	1	50

Задание 1. Ответить на вопросы:

- По каким критериям можно оценить сайт туроператорской фирмы?
- Как называются самые распространенные в российской туроператорской деятельности информационные комплексы?
- Как информационный модуль туроператора поддерживает прямую почтовую рассылку в Интернете?
- Какие возможности предоставляет блок программы «Мастер-Тур» «Работа с партнерами»?

Задание 2: Этапы он-лайн бронирования турпродукта.

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	Мотышина М. С., Большаков А. С., Михайлов В. И.	Менеджмент туризма: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л1.2	Теплая Н. В.	Теоретические основы бухгалтерского учета: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020
Л1.3	Толкачева Н. А.	Финансовый менеджмент: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Левочкина Н. А.	Менеджмент туризма: Введение в дисциплину: учебно-методическое пособие	Москва: Директ-Медиа, 2013
Л2.2	Кизилев А. Н., Чухрова О. В.	Основы бухгалтерского учета: учебное пособие	Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2018
Л2.3		Финансовый менеджмент: основные понятия, тесты, задачи, ситуации, кейсы: учебное пособие	Кемерово: Кемеровский государственный университет, 2015

6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.3.2.1	Справочная Правовая Система КонсультантПлюс
6.3.2.2	Информационная справочная система «Гарант»

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
28	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия		344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский	

	семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Специализированная мебель: стол – 11 шт., стул – 21 шт., доска – 1 шт.		район, ул. Сержантова, 2/104	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------	--