

Частное образовательное учреждение  
профессионального образования  
Брянский техникум управления и бизнеса



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ЧОУ ПО БТУБ  
Прокопенко Л.Л.  
«31» августа 2023 г.

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ  
ПМ.02 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ И ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ»

по специальности 43.02.16  
«ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО»

2023 г.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</b>	<b>3</b>
<b>2. ПЕРЕЧНИ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ</b>	<b>4</b>
<b>3. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ФОС</b>	<b>16</b>
<b>4. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ</b>	<b>16</b>

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ И ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ»

Фонд оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения профессионального модуля «Предоставление туроператорских и турагентских услуг» программы подготовки специалистов среднего звена по специальности СПО 43.02.16 «Туризм и гостеприимство» в части овладения междисциплинарными курсами, входящими в модуль.

Профессиональный модуль ПМ.02 состоит из: МДК.02.01 «Предоставление туроператорских услуг»; МДК.02.02 «Предоставление турагентских услуг», МДК 02.03 «Координация качества выполнения турагентских услуг», МДК 02.04. «Технология продаж и продвижения турпродукта» включает УП 02.01 учебную практику, ПП 02.01 производственную практику (по профилю специальности) а также ПМ.02.01.(К) промежуточная аттестация по модулю, формой которой является квалификационный экзамен.

### Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Элементы	Формы промежуточной аттестации
МДК. 02.01 Предоставление туроператорских услуг	Итоговая оценка, экзамен
МДК. 02.02 Предоставление турагентских услуг	Итоговая оценка комплексный экзамен
МДК. 02.03 Координация качества выполнения турагентских услуг	Итоговая оценка, комплексный экзамен
МДК. 02.04 Технология продаж и продвижения турпродукта	Дифференцированный зачет
УП.02.01. Учебная практика	дифференцированный зачет
ПП.02.01 Производственная практика (по профилю специальности)	дифференцированный зачет
ПМ.02.01.(К) промежуточная аттестация по модулю	Квалификационный экзамен

### 1.2. Результаты освоения профессионального модуля, подлежащие проверке

В результате контроля и оценки по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

#### 1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
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 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 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

#### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2	Предоставление туроператорских и турагентских услуг

ПК 2.1.	Оформлять и обрабатывать заказы клиентов
ПК 2.2.	Координировать работу по реализации заказа

1. 3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>- координации работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа;</li> <li>- консультирования туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа);</li> <li>- осуществления приема заказов от туристов;</li> <li>- проверки наличия всех реквизитов заказа;</li> <li>- идентификации вида заказа;</li> <li>- направления заказа в соответствующее подразделение туроператора и его контроль;</li> <li>- корректировки сроков и условий выполнения заказов и в случае необходимости информирование заказчиков (туристов) об изменении параметров заказа.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- координировать работу подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа;</li> <li>- взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями;</li> <li>- владеть культурой межличностного общения;</li> <li>- владеть техникой переговоров, устного общения с клиентом, включая телефонные переговоры;</li> <li>- владеть техникой количественной оценки и анализа информации;</li> <li>- владеть методикой хранения и поиска информации;</li> <li>- вести документацию, хранение и извлечение информации;</li> <li>- пользоваться компьютерными программами бронирования туров;</li> <li>- осуществлять контроль за своевременным выполнением заказа;</li> <li>- собирать, обрабатывать и анализировать статистические данные;</li> <li>- формировать банки данных.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- законодательство Российской Федерации в сфере туризма;</li> <li>- нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности;</li> <li>- ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов;</li> <li>- цены на туристские продукты и отдельные туристские и дополнительные услуги;</li> <li>- системы бронирования услуг;</li> <li>- организацию работы с запросами туристов;</li> <li>- требования к оформлению и учету заказов;</li> <li>- порядок контроля за прохождением и выполнением заказов;</li> <li>- виды технических средств сбора и обработки информации, связи и коммуникаций;</li> <li>- программное обеспечение деятельности туристских организаций;</li> <li>- этику делового общения;</li> <li>- основы делопроизводства;</li> <li>- правила внутреннего трудового распорядка;</li> </ul>

## 2. ПЕРЕЧНИ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УРОВНЯ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ. 02 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ И ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ» А ТАКЖЕ КОМПЕТЕНЦИЙ

Фонд оценочных средств позволяет оценивать:

- Освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду профессиональной деятельности, и общих компетенций (ОК):

Профессиональные и общие компетенции	Показатели оценки результата	Средства проверки
ПК 2.1. Оформлять и обрабатывать заказы клиентов	Осуществление приема заказов от туристов Консультирование туристов по правилам и предмету заказа (оформление, цена, параметры, сроки и место выполнения заказа) Знать организацию работы с запросами туристов Знать ассортимент и характеристики предлагаемых туристских продуктов	Тестовые задания, ситуационные задачи, устные и письменные ответы.
ПК 2.2. Координировать работу по реализации заказа	Координация работы подразделений туроператора, задействованных в реализации заказа Взаимодействовать с туроператорами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями	Тестовые задания, ситуационные задачи, устные и письменные ответы.
ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к разным контекстам.	Выполнение работ в соответствии с установленными нормативно-правовыми актами Выполнение задач по оформлению и обработке заказов	Тестовые задания, ситуационные задачи, устные и письменные ответы.
ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	Владеть техникой количественной оценки и анализа информации Владеть методикой хранения и поиска информации	Тестовые задания, ситуационные задачи, устные и письменные ответы.
ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	Владеть основами организации деятельности служб предприятий туризма и основы организации, планирования и контроля деятельности подчиненных Знать требования к оформлению и учету заказов. Знать программное обеспечение деятельности туристских организаций по учёту заказов и клиентов.	Тестовые задания, ситуационные задачи, устные и письменные ответы.
ОК 4. Эффективно	Взаимодействовать с туроператорами,	Тестовые задания,

взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	турагентами, экскурсионными бюро, кассами продажи билетов, транспортными компаниями, meet-компаниями	ситуационные задачи, устные и письменные ответы.
ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	Владеть культурой межличностного общения Знать этику делового общения	Тестовые задания, ситуационные задачи, устные и письменные ответы.
ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Знать нормативные документы, регламентирующие организацию туроператорской и турагентской деятельности	Тестовые задания, ситуационные задачи, устные и письменные ответы.

## 2.1. Задания для контроля и оценки усвоения программы МДК.02.01 Предоставление туроператорских услуг

### Пример заданий:

1. На сайте туроператора Пегас Туристик опубликованная стоимость тура в Тайланд составляет 35000руб. на одного человека при двухместном размещении, при этом на сайте турагентства «Владтур» аналогичный тур в Таиланд реализуется по цене 32250 руб.

а) Почему туроператор реализует тур дороже, чем турагент?

б) Имеет ли право турагент предлагать тур туристам дешевле, чем непосредственно оператор поданному туру?

2. Изучив теорию жизненного цикла, приведите примеры турпродуктов, которые находятся на этапах: внедрение, рост, зрелость, спад. В качестве примера, может быть взят туристский рынок туроператора Pegas. Какие факторы влияют на развитие турпродукта?

### Список вопросов к экзамену:

1. Понятие туроператор. Роль туроператора на рынке
2. Основные различия между туроператором и турагентом
3. Теория турпродукта. Содержание турпродукта
4. Формирование привлекательного турпродукта
5. Классы обслуживания.
6. Транспортное обслуживание туристов
7. Организация размещения туристов
8. Классификация гостиниц и других средств размещения
9. Услуги предприятий общественного питания
10. Экскурсионно-анимационные и другие услуги
11. Требования к проектированию тура
12. Программы обслуживания
13. Тематическая направленность программ обслуживания
14. Планирование и формирование программ обслуживания туристов
15. Особенности формирования и технология организации и выездных туров
16. Расчет себестоимости турпродукта
17. Аренда отеля
18. Виды договоров между туроператорами
19. Порядок оформления туристской путевки
20. Документация обслуживания

21. Туристский ваучер. Оформление и учет туристских ваучеров
22. Туристские формальности
23. Визовая поддержка. Оформление виз российским гражданам, выезжающим за рубеж
24. Виды страхования в туризме
25. Страхование туристов, выезжающих за рубеж
26. Оформление страховых полисов для туристов
27. Страхование профессиональной ответственности.
28. Система бронирования туристских услуг
29. Заявка на бронирование. Лист бронирования
30. Агентская сеть. Принципы формирования агентской сети

## **2.2 Задания для контроля и оценки усвоения программы МДК.02.02 Предоставление турагентских услуг**

### **Пример заданий:**

1. Опишите сущность клиент ориентированный подход в туристской индустрии.
2. Перечислите не менее пяти правил профессионального соответствия рациональным запросам клиентов.
3. К какому термину относится следующее определение: «Это совокупность всего, что может быть предложено на рынке потребителю и включает в себя физические объекты, услуги, места, идеи...» и т.д.
4. Назовите конкретные формы, которые принимают человеческие потребности под воздействием общества в целом и личных особенностей конкретного человека.
5. Перечислите пять ожиданий клиента, которые являются категорией сугубо субъективной и зависят от разнородных и разнообразных факторов.
6. Какие базовые личностные особенности клиента не имеет смысла учитывать специалистом по продажам турпродуктов.

### **Список вопросов к дифференцированному зачету**

1. Договор о реализации турпродукта, содержание, особенности его заключения.
2. Документы, удостоверяющие личность гражданина РФ за пределами страны.
3. Существенные условия договора о реализации турпродукта.
4. Оформление туристской путевки.
5. Условия изменения и расторжения договора о реализации турпродукта.
6. Права, обязанности и ответственность турфирмы в соответствии с договором о реализации турпродукта.
7. Перечень документов, необходимых для оформления загранпаспорта нового образца лицам, не достигшим совершеннолетия.
8. Требования к оформлению загранпаспортов различных видов.
9. Причины временного ограничения в праве гражданина РФ на выезд из страны.
10. Может ли турист просить о внесении изменений в стандартный договор, предлагаемый туристской фирмой?
11. Памятка для туриста, значение, требования к ее содержанию.
12. Виза, понятие, виды, краткая характеристика.
13. Перечислите преимущества покупки пакета туристских услуг перед приобретением отдельных туристских услуг.
14. Туристская путевка, содержание, требования к ее оформлению.
15. Характеристика виз по срокам действия и по количеству раз въезда в страну временного

пребывания.

16. Учет, хранение и уничтожение бланков строгой отчетности.
17. Характеристика виз по целям въезда.
18. Назовите алгоритм действий туриста, если во время пребывания за рубежом паспорт был утерян или украден.
19. Порядок оплаты туристских услуг.
20. Шенгенская виза, понятие, виды виз.
21. Виды питания в гостиницах и формы обслуживания туристов.
22. Перечень документов, необходимых для получения Шенгенской визы.
23. Международное регулирование туристской деятельности.
24. Подтвердительные документы в отношении цели поездки в страны Шенгенского соглашения.
25. Виды турагентской деятельности и функции турагента.
26. Причины отказа в получении Шенгенской визы.
27. Визовый сбор, перечень лиц, освобождаемых от уплаты визового сбора.
28. Инклюзив-тур, понятие, краткая характеристика.
29. Структура туристского рынка.
30. Процедура оформления визы
31. Особенности оформления виз в некоторые страны.
32. Туроператор и турагент, понятие, основные различия.
33. Порядок приема денежных средств за оплату туристской путевки.
34. Создание условий хранения документов строгой отчетности в турфирме.

### **1.3. Задания для контроля и оценки усвоения программы МДК.02.03 Координация качества выполнения турагентских услуг.**

#### **Пример заданий:**

1. Вы - администратор. К Вам по предварительной брони заселяется гость из Казахстана, который пересек границу 25 дней назад. Проведите грамотно процедуру заселения, соблюдая все стандарты обслуживания, а так же учитывая все миграционные формальности. Ваши действия после заселения гостя по оформлению иностранного гражданина.

2. Вы - администратор. К Вам без предварительной брони заселяется гость из России. Проинформируйте гостя об имеющихся номерах, выберите наиболее подходящую комнату для взыскательного и подозрительного гостя. Проведите грамотно процедуру заселения, соблюдая все стандарты обслуживания.

3. Вы - администратор. К Вам по предварительной брони заселяется гость из России. Он впервые слышит о таком понятии, как плата за услуги бронирования, которая в Вашей гостинице составляет - 15 %. Гость возмущен. Урегулируйте конфликт, не "потеряв" гостя, который впервые в Вашем отеле, придерживаясь стандартов обслуживания и заселения.

#### **Список вопросов к дифференцированному зачету:**

1. Основные функции и состав службы приема и размещения
2. Нормативно - правовая база гостиничной индустрии. Характеристика системы классификации гостиниц и иных средств размещения. Приказ Министерства культуры РФ №1215 от 11.07.2014 г.
3. Нормативно - правовая база гостиничной индустрии. Общая характеристика «Правил предоставления гостиничных услуг». Основные положения.
4. Организация рабочего места службы приема и размещения
5. Требования, предъявляемые к сотрудникам СПиР
6. Деловой этикет и культура поведения сотрудника СПиР
7. Порядок регистрации и учета граждан РФ, туристских групп. Анкета гостя, карта гостя. Выявление предпочтений гостя



8. Стандарты обслуживания для сотрудников при заселении
9. Особенности регистрации иностранных граждан. Алгоритм приема данной категории гостей
10. Характеристика документов, используемых в службе приема и размещения
11. Особенности предоставления основных и дополнительных услуг в гостинице
12. Программы обслуживания постоянных гостей
13. Понятие и сущность конфликтов
14. Типы конфликтов, их причины. Типы конфликтных клиентов
15. Стили поведения при конфликте. Схемы развития конфликта
16. Работа с жалобами. Виды критики. Приемы психологической защиты
17. Сервис в гостинице. Побудка по просьбе гостя. Забытые вещи в гостинице
18. Сервис в гостинице. Сейф в номере. Правила пользования
19. Обслуживание отдельных категорий граждан в гостинице. Дети в гостинице
20. Обслуживание отдельных категорий граждан в гостинице. VIP гости
21. Обслуживание отдельных категорий граждан в гостинице. Гости с ограниченными возможностями
22. Качество обслуживания во время проживания. Способы повышения качества гостиничных услуг в процессе проживания гостей
23. RMS - системы. Перечень основных автоматизированных систем управления отелем СПиР
24. Процедура выписки гостя. Контроль и выписка индивидуальных гостей, тур. групп
25. Основные положения для работников СПиР. Внешний вид, организация рабочего времени
26. Трудовые нормы СПиР. Отпуск, назначение на должность, взыскания, поощрения и т.д.
27. Вы - администратор службы приема и размещения. Перечислите основные виды официальных документов, с которыми Вам приходится сталкиваться в процессе своей работы
28. Перечислите основные программы работы с клиентами гостиниц, их суть, особенности
29. Каким образом сотрудники могут помогать руководству в сборе информации о качестве обслуживания в гостинице для учета мнения гостей? Приведите примеры в процессе заселения/выселения
30. Вы - администратор службы приема и размещения. Какими нормативно - правовыми документами Вы можете руководствоваться в процессе своей работы

#### **1.4. Задания для контроля и оценки усвоения программы Технология продаж и продвижения турпродукта**

##### **Пример заданий:**

1. Разработать логотип, слоган, мерч, корпоративные цвета и форму для турагентств.
2. Составить и проанализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров.
3. Разработать и сформировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять рекламный продукт на выставках, ярмарках, форумах.
4. Оформить документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;

##### **Вопросы к дифференцированному зачету**

1. Влияние туризма на экономику стран.
2. Международные организации по регулированию туризма.
3. Доля туризма в ВВП стран мира.
4. Въездной и выездной туризм в РФ.
5. Требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, правилам реализации турпродукта.
6. Негосударственные объединения российских туристских организаций.
7. Требования российского законодательства к туристским организациям
8. Законодательные основы взаимодействия турагентства и туроператора.
9. Бизнес – модели развития туристских организаций.
10. Субъекты туристской индустрии. Поставщики туристских услуг.

11. Этапы работы туристской компании при формировании тура.
12. Маркетинговые исследования туристских организаций.
13. Методы и нормативно- правовая основа рекламы турпродукта
14. Этапы реализации туристского продукта.
15. Маркетинговые исследования турфирмы по выбору печатного издания в соответствии с целевой аудиторией
16. Методики расчета стоимости тура.
17. Реклама туристского продукта на радио и телевидении.
18. Принципы работы маркетинговой службы в турфирме.
19. Обучение турагентов: презентации, семинары, вебинары, инфотуры
20. Калькуляция себестоимости тура.
21. Повышение технологичности туроператоров для привлечения турагентств.
22. Рекомендации при планировании рекламной компании.
23. Онлайн - бронирование тура: особенности, порядок.
24. Печатная реклама тура.
25. Разработка рекламной политики. Как привлечь туриста в офис турфирмы
26. Наружная реклама тура.
27. Различные средства стимулирования потребителей тура.
28. Реклама тура в Интернете и социальных сетях.
29. Нравственные и психологические аспекты общения с клиентами турфирмы
30. Туристические выставки. PR акции.
31. Деловой этикет при общении с туристами.
32. Работа по привлечению турагентств: создание франчайзинговых агентских сетей.
33. Структура рекреационных потребностей клиентов турфирм.
34. Средства стимулирования потребителей туров.
35. Выбор печатного рекламного издания в соответствии с целевой аудиторией турфирмы
36. Нестандартные приемы продвижения тура.
37. Требования российского законодательства к правилам реализации турпродукта.
38. Этапы обслуживания клиента.
39. Факторы, негативно влияющие на развитие туризма.
40. Требования к менеджеру по туризму. Обязанности менеджера тура.
41. Характеристика поставщиков туристских услуг.
42. Специфика продаж в турбизнесе. Продажа услуги.
43. Методы рекламы турпродукта.
44. Методы изучения запросов потребителя.
45. PR акции в деятельности турфирм.

### **1.5. Задания для контроля и оценки усвоения программы УП.02.01. Учебная практика:**

#### **Виды работ учебной практики:**

- Ознакомление с должностными обязанностями персонала туроператорской компании.
- Изучение перечня основных и дополнительных услуг.
- Изучение особенностей по разработке программы тура и расчёта его стоимости.
- Изучение правила по технике безопасности.
- Формирование навыков работы со стандартным программным обеспечением для организации делопроизводства
- Проектирование туров с учетом запросов потребителей.
- Формирование технологической карты тура.
- Демонстрация навыков использования информационных технологий туроператором в своей работе.
- Разработка программы обслуживания туристов.
- Организация обслуживания туристов в программном туризме.
- Рассчитать тур по заданным позициям

## Примерный перечень практических заданий

1. Расчет стоимости тура и оценка его экономической эффективности (по заданным позициям)
2. Разработка рекламной кампании турагентств и туроператоров (на конкретном примере).
3. Изучение алгоритм сотрудничества турагентов и туроператоров.
4. Изучение технологии бронирования туров на сайтах туроператоров.
5. Составить перечень «узких мест» при бронировании туров турагентами на сайте туроператоров.
6. Изучить клиентскую базу турагентства и особенности ее формирования.

### Задача №1.

Рассчитайте цену билета со скидкой по каждой категории, при условии, что стоимость билета составляет 17300 рублей. Авиапредприятие «Пулково» предоставляет пассажирам ряд скидок:

- - 15% скидка от базового тарифа при условии приобретения билетов «туда» и «обратно»;
- - 30% скидка студентам, пенсионерам, учащимся (с 12 лет), группам школьников от 10 человек (гражданам России);
- - 50% скидка многодетным матерям, имеющим 3-х и более детей.

### Задача №2.

При отказе от туристской путёвки за 30-21 день до начала поездки удерживается 25% стоимости; за 20-15 дней - 50% стоимости; менее чем за 15 дней - 80%. Рассчитайте, сколько денег вернут туристу (учитывая разные сроки отказа от поездки), если стоимость путёвки составила 45500 рублей.

### Задача №3

За реализацию одной групповой путёвки за границу туроператору предоставляется агентское вознаграждение: при оплате менее чем за 3 месяца до выезда - 10% стоимости всего пакета услуг; более чем за 3 месяца до выезда -15%. Вычислите, агентское вознаграждение, если стоимость одной путёвки составила 14500 рублей, группа туристов в количестве 10 человек.

### Задача №4

Используя данные Франкфуртской таблицы по снижению цен за поездки, рассчитайте, сколько денег вернут туристу и какова новая стоимость тура, если:

- - стоимость путёвки 58000 рублей;
- - проживание в гостинице 32000 рублей;
- - не функционировала в ванной горячая вода.

## 1.6.Задания для контроля и оценки усвоения программы ПП.02.01. Производственная практика:

### Виды работ производственной практики:

- анализ и оценка оказываемых турфирмой услуг с использованием графических форм представления результатов (диаграммы, схемы, таблицы, графики)
- выявление и анализ потребностей клиентов турфирмы с использованием графических форм представления результатов (диаграммы, схемы, таблицы, графики);
- анализ программного обеспечения турфирмы;
- отработка практических навыков оформления туристской путевки и туристского ваучера;
- SWOT – анализ деятельности турфирмы;
- анализ системы сбыта турфирмы;
- комплектование пакета документов в визовый центр;
- комплектование пакета документов для выдачи туристу перед поездкой;
- анализ структуры и содержания официального интернет-сайта турфирмы и страниц компании в социальных сетях с использованием графических форм представления
- результатов (диаграммы, схемы, таблицы, графики)

## Примерный перечень практических заданий

1. Составить характеристику рынка туристской индустрии города Брянска и Брянской области. Изучить современную статистику: сколько турагентств имеется в городе, каковы основные направления туризма - внешнего и внутреннего; каковы размеры туристских потоков.

2. Проанализировать особенности организации и деятельности одного из турагентств города Брянска. Турагентство для характеристики выбирает студент. Анализ работы турагентства включает в себя общую его характеристику, особенности местоположения, офиса, рабочих мест турагентов. Характеристику сайта, его функций; анализ предложений турпродуктов во внутреннем и внешнем туризме.

3. Заключение договора и формирование турпакета для поездки в .....(объект по выбору студента).

4. Проанализировать рынок туристской рекламы в городе Брянске и Брянской области. (Рекламы уличной, на баннерах, в СМИ, на телевидении, в социальных сетях). Разработать рекламную кампанию для одного из турагентств города Брянска. Создать буклет «Пять причин, почему...» О креативных, небанальных поездках в город Брянск и Брянскую область.

### **Перечень тестовых заданий по ПМ 02. Предоставление туроператорских и турагентских услуг:**

#### **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 туристическими 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, объединённых на основе главной цели путешествия, которые удовлетворяют потребности туриста и предоставляется в определённые сроки и по определённому 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, подкреплённое 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 турпродукта
- б) не все являются составляющими турпродукта
- в) нет, не являются составляющими ту продукта

**7 Перечислите 4 основные особенности турпродукта, характерные для большей части услуг и отличающие их от материальных товаров**

**8 Маркетинг в туриндустрии - 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 туриндустрии 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

**14 В основе правильного понимания поведения потребителей сформулированы пять суждений:**

- а) поведение потребителя всегда целенаправленно
- б) потребитель всегда имеет
- в) поведение потребителя - это процесс, имеющий определенные временные рамки
- г) на поведение потребителя
- д) потребителя надо консультировать, помогать ему, сопровождать в процессе принятия решения о покупке

**15 Этап поиска информации включает 4 источника информации. Дополнить недостающие источники информации:**

- а) личные, персональные - родные, друзья, знакомые, сослуживцы
- б) эмпирические - собственный опыт потребителя
- в) ...
- г) ...

**16 Всё многообразие видов каналов распределения может быть сведено к двум типам:**

- а) принудительный и свободный
- б) прямой и опосредованный
- в) прямой и косвенный
- г) опосредованный и обратный

**17 Двухуровневый канал распределения включает в себя:**

- а) туроператора и турагентство
- б) туроператора, турагентство, туриста

**18 Эксклюзивное распределение (сбыт) тур. продукта предполагает:**

- а) право реализации продуктов производителя предоставляется любому посреднику, имеющему для этого возможности и желание
- б) форму распределения, при которой производитель намеренно и резко ограничивает количество посредников, которым при том предоставляются определенные льготы и привилегии
- в) вариант, подразумевающий выборочное отношение к потенциальным агентам, конкурс среди них, после которого к совместной работе допускаются организации, максимально отвечающие требованиям производителя

**19 Перечислить три основные модели электронной коммерции в интернете**

**20 Профессиональное общение с клиентом складывается из:**

- а) формального и неформального
- б) вербального и невербального
- в) делового и личного

**21 Цель начала деловой беседы с клиентом заключается:**

- а) в налаживании деловой обстановке
- б) в максимально быстром установлении контакта с клиентом на рациональном и эмоциональном уровне
- в) в умении убедительно воздействовать на делового партнера

**22 Вопрос, который побуждает собеседника подтвердить сказанное Вами, называется:**

- а) закрытым вопросом

- б) открытым вопросом
- в) наводящим вопросом
- г) альтернативным вопросом

**23 Если Вы потеряли инициативу в деловой беседе и хотите вновь взять ее в свои руки, необходимо использовать:**

- а) наводящий вопрос
- б) встречный вопрос
- в) альтернативный вопрос;
- г) контрольный вопрос

**24 Слушатель заранее негативно воспринимает ин-формацию собеседника, настроен против, относится:**

- а) к предвзятому слушанию
- б) к негативному слушанию
- в) к избирательному слушанию
- г) к молчаливому слушанию

**25 Перечислите не менее пяти основных техник активного слушания**

**26 Главными целями презентации тур. продукта клиенту являются:**

- а) убеждение клиента в том, что предлагаемый продукт максимально полно удовлетворяет его потребности, оптимально соответствует запросам клиента
- б) познакомить клиента с техническими возможностями турфирмы
- в) стимулирует клиента к нужным действиям

**27 Функцию маскировки, муляжа, за которыми скрывается истинное возражение, которое клиент по каким-либо причинам не желает открыть, выполняют:**

- а) препятствия непреодолимой силы
- б) ложные возражения
- в) объективные условия

**28 Нормальная реакция человека на несовпадение имеющейся и новой информации, которое потенциальный покупатель пытается ликвидировать при помощи продавца, называется:**

- а) истинное возражение
- б) ложное возражение
- в) препятствие непреодолимой силы;
- г) объективные условия

**29 Перечислить основные 5 групп сопротивления как источник возражения в туриндустрии**

**30 Возможные ошибки при стимулировании клиент на покупку:**

- а) преждевременное предложение клиенту заключить сделку
- б) затягивание беседы о характеристиках продукта
- в) психологические барьеры продавца
- г) страх перед возможным отказом

### **3. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ФОС ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ.02 «ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ И ТУРАГЕНТСКИХ УСЛУГ»**

Оценка при ответе студента на квалификационном экзамене по вопросам и заданиям билета по ПМ.02. «Предоставление туроператорских и турагентских услуг» выражается в баллах, где суммируются все критерии и показатели и переводятся в следующие оценки:

**«отлично»** - студент показывает глубокие осознанные знания по освещаемым вопросам, владение основными понятиями, терминологией; владеет конкретными знаниями, умениями и навыками по МДК.02.01, МДК.02.02, МДК. 02.03, МДК. 02.04 и практическими заданиями в соответствии с ФГОС СПО: ответ полный, доказательный, четкий, грамотный, иллюстрирован практическим опытом профессиональной деятельности; правильно решает задачи, делая ссылки на НПА;

**«хорошо»** – студент показывает глубокое и полное усвоение содержания материала, умение правильно и доказательно излагать программный материал. Допускает отдельные незначительные неточности в форме и стиле ответа на вопросы и в решении практических заданий;

**«удовлетворительно»** – студент понимает основное содержание учебной программы, умеет показывать практическое применение полученных знаний. Вместе с тем допускает отдельные ошибки, неточности в содержании и оформлении ответа и в решении практических заданий: ответ недостаточно последователен, доказателен и грамотен;

**«неудовлетворительно»** – студент имеет существенные пробелы в знаниях, допускает ошибки, не выделяет главного, существенного в ответе и в решении практических заданий. Ответ поверхностный, бездоказательный, допускаются речевые ошибки, неверно решены задачи.

### **4. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ**

#### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы Основные печатные и электронные издания**

1. Абуладзе, Д. Г. Документационное обеспечение управления персоналом: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. Г. Абуладзе, И. Б. Выпрямкина, В. М. Маслова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 370 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-15076-6. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/487121>

2. Грозова, О. С. Делопроизводство: учебное пособие для среднего профессионального образования / О. С. Грозова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 126 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-08211-1. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/472842>

3. Емелин, С. В. Технология и организация турагентской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 194 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-12617-4. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476733>

4. Емелин, С. В. Технология и организация туроператорской деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Емелин. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 472 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13683-8. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/477186>

5. Золотовский, В. А. Правовое регулирование туристской деятельности: учебник для среднего профессионального образования / В. А. Золотовский, Н. Я. Золотовская. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 247 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-9916-9854-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/472244>

6. Казакевич, Т. А. Документационное обеспечение управления: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Казакевич, А. И. Ткалич. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 177 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-06291-5. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/471615>

7. Каменец, А. В. Организация социально-культурной деятельности. Молодежный туризм: учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Каменец, М. С. Кирова, И. А. Урмина; под общей редакцией А. В. Каменца. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 192 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-08821-2.



– Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/471480>

8. Косолапов, А.Б., Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности: учебное пособие / А.Б. Косолапов. — Москва: КноРус, 2022. — 293 с. — ISBN 978-5-406-10047-9. — Текст: электронный // ЭБС Book.ru [сайт]. – URL: <https://book.ru/book/944609>

9. Кузнецов, И. Н. Документационное обеспечение управления. Документооборот и делопроизводство: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Н. Кузнецов. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 462 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-04604-5. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/470020>

10. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 370 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-06970-9. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/474521>

11. Мотышина, М. С. Менеджмент туризма: учебник для среднего профессионального образования / М. С. Мотышина, А. С. Большаков, В. И. Михайлов; под редакцией М. С. Мотышиной. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 282 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10777-7. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475111>

12. Родыгина, Н. Ю. Этика деловых отношений: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. Ю. Родыгина. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 431 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-11048-7. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/477850>

13. Скибицкая, И. Ю. Деловое общение: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. Ю. Скибицкая, Э. Г. Скибицкий. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 247 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-09063-5. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/474137>

14. Скобкин, С. С. Менеджмент в туризме : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. С. Скобкин. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 366 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10542-1. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475813>

15. Собольников, В. В. Этика и психология делового общения : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. В. Собольников, Н. А. Костенко; под редакцией В. В. Собольникова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 202 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-06957-0. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/474165>

16. Чернышова, Л. И. Психология общения: этика, культура и этикет делового общения: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Чернышова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 161 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10547-6. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475816>

17. Шувалова, Н. Н. Основы делопроизводства: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. Н. Шувалова, А. Ю. Иванова; под общей редакцией Н. Н. Шуваловой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 428 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-11014-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/469548>

#### **Дополнительные источники**

1. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;

2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей»;

3. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 N 2129-р (ред. от 23.11.2020) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».