



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА ДФУ

СОГЛАСОВАНО

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ОП

Заведующий(ая) кафедрой
сервиса и туризма
(название кафедры)

_____ Кушнарева И.Ю.
(подпись) (Ф.И.О. рук. ОП)
« _____ » _____ 20__ г.

_____ Топчий А.В.
(подпись) (Ф.И.О. зав. каф.)
« _____ » _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Туроперейтинг

Направление подготовки 43.03.02 Туризм

Форма подготовки очная

курс 4 семестр 7
лекции 18 час.
практические занятия 36 час.
лабораторные работы _____ - _____ час.
в том числе с использованием МАО лек. _____ /пр. 18 /лаб. 0 час.
всего часов аудиторной нагрузки 54 час.
в том числе с использованием МАО 18 час.
самостоятельная работа 27 час.
в том числе на подготовку к экзамену 27 час.
контрольные работы (количество)
курсовая работа / курсовой проект _____ - _____ семестр
экзамен 7 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями образовательного стандарта самостоятельно устанавливаемого ДФУ, утвержденного приказом ректора от 18.02.2016 № 12-13-235, с изменениями, утвержденными приказом ректора ДФУ от 04.07.2017 №12-13-69

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры сервиса и туризма, протокол № 7(1) от «17» сентября 2017г.

Заведующий(ая) кафедрой: канд. экон. наук., доцент Топчий А.В.
Составитель(ли): старший преподаватель Горянина Е.В.

Оборотная сторона титульного листа РПУД

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

ABSTRACT

Bachelor's degree in 43.03.02 Tourism

Study profile "Title" Technology and organization of tour operator and travel Agency services

Course title: Tour operator

Variable part of Block 1, 3 credits.

Instructor: *Garyanina Evgenia Victorovna, senior lecturer*

At the beginning of the course a student should be able to:

- * know technology of organization of tour operator activity;
- * know principles of interaction of the tour operator with partners;
- * know shape and distribution channels of tourism products;
- * know functions of the Manager and requirements to the organization of work of the personnel;
- * technologies of work with individual tourist and travel agent;
- * regulatory and legal documents regulating tourist activities, their practical application;

Know:

- * to carry out interaction between MAINTENANCE and MAINTENANCE at the Manager level sales of tour operator company;
- * to organize the process of interaction with transport companies, hotels, travel agencies;

Learning outcomes: Stages of competence

PK-3 readiness to implement projects in the tourism industry

Knows the main sales channels of the tourist product;

Product promotion system of the tour operator;

Distinctive features of tourist advertising;

On the system of non-promotional methods and forms of promotion of the tourist product;

Able to apply in practice knowledge about the organization and application of modern technologies for the promotion and implementation of the tourist product;

Owns the Ability to apply modern technologies and methods to promote and implement the tourist product;

PK-4 - ability to design programs of tours, tour packages, excursion programs and other products of tourist activity;

Knows the specific features of the design of programs of tours, tour packages, tourist products;

Technology organization of tour operators;

Manager's functions and requirements for the organization of work of personnel;

Regulatory documents governing tourist activities, their practical application;

The order of registration of contracts and conclusion of contracts for the implementation of the tours;

Rules for registration of tourist documentation (trips, vouchers, tickets, insurance policies, etc.).

Able to Design a tour, design a maintenance program, timely and accurate booking, to draw up a contract with a client, travel agent.

Owns the skills of designing programs for tours, tour packages, tours;

Skills of correct filling of tourist documents;

Experience in maintaining databases of services provided, loyal customers, service providers.

PK-7 ability to organize interaction with representatives of the hotel and tourist industry, customers of hotel and tourist enterprises, as well as with other customers of services at the local, regional and federal levels.

Knows the principles of interaction of the tour operator with partners;

Technologies of work with an individual tourist and travel agent;

Principles and rules for dealing with customer complaints.

Able to carry out the interaction between TO and TA at the level of sales manager of a tour operator company;

To organize the process of interaction with transport enterprises, hotels, travel agencies;

Organize the process of customer service of the tour operator in the office and on the route.

Owns the ability to social interaction and professional communication, willingness to teamwork in a team and the organization and organization of work of small groups of performers;

Course description:

The content of the discipline covers a wide range of issues:

organizational and managerial foundations of tour operator activities, principles of organization of tourist services, methods of analyzing the tourist market for the effective development (design) of the tourist product, the conditions for introducing new technologies, focused on consumer needs.

Main course literature:

1. Ilina E.N. Turopereyting: promotion of a tourist product - M .: Rukont, 2014. –177 p. - Electronic textbook.
2. Smirnova D.Sh. Marketing in tourism: a tutorial. - M .: Knorus, 2016. - 200 p.

Form of final control: exam

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Туроперейтинг»

Учебный курс «Туроперейтинг» предназначен для студентов направления подготовки 43.03.02 Туризм.

Дисциплина «Туроперейтинг» включена в состав обязательных дисциплин вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа (54 часа). Дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Туроперейтинг» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Организация туристской деятельности», «Внутренний туризм», «Планирование туристской деятельности».

Содержание дисциплины охватывает широкий круг вопросов:

Организационно-управленческие основы туроператорской деятельности, принципы организации обслуживания туристов, методы анализа туристского рынка для эффективной разработки (проектирования) туристского продукта, условиях внедрения новых технологий, ориентированных на запросы потребителя.

Цель – формирование у слушателей комплекса основных понятий, составляющих основу туроператорской деятельности и практических навыков, необходимых для инновационного развития турбизнеса.

Задачи:

- изучение основных принципов туроперейтинга;
- формирование представлений о цикле работ по созданию, продвижению и реализации туров, особенностях программ обслуживания разных видов туризма, специфики отношений с поставщиками услуг, туристской документации, а также организации обслуживания туристов и правовом регулировании туроператорской деятельности;

- формирование умений разрабатывать модульные программы обслуживания туристов на туристских маршрутах;

- формирование навыков эффективного продвижению и реализации международных туров.

Для успешного изучения дисциплины «Туроперейтинг» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

- способность использовать методы мониторинга рынка туристских услуг.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции:

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 готовностью к реализации проектов в туристской индустрии	Знает	Основные каналы реализации туристского продукта; Систему продвижения продукта туроператора; Отличительные черты туристской рекламы; О системе не рекламных методов и форм продвижения турпродукта;
	Умеет	Применять на практике знания об организации и применении современных технологий по продвижению и реализации турпродукта;
	Владеет	Способностью применять современные технологии и методы по продвижению и реализации турпродукта;
ПК-4 способностью проектировать программы туров, турпакетов, экскурсионные программы и другие продукты туристской деятельности	Знает	Специфические особенности проектирования программ туров, турпакетов, турпродуктов Технологию организации туроператорской деятельности; Функции менеджера и требования к организации работы персонала; Нормативно-правовые документы, регулирующие туристскую деятельность, их практическое применение; Порядок оформления договоров и заключения контрактов по реализации туров;

		Правила оформления туристской документации (путевок, ваучеров, билетов, страховых полисов и др.);
	Умеет	Проектировать тур; Проектировать программу обслуживания; Своевременно и точно провести бронирование; Оформить договор с клиентом, турагентом;
	Владеет	Навыками проектирования программ туров, турпакетов, туров; Навыками правильного заполнения туристских документов; Опытом ведения баз данных предоставляемых услуг, постоянных клиентов, поставщиков услуг.
ПК-7 способностью организовывать взаимодействие с представителями гостиничной и туристской индустрии, клиентами гостиничных и туристских предприятий, а также с другими заказчиками услуг на локальном, региональном и федеральном уровнях	Знает	Принципы взаимодействия туроператора с партнерами; Технологии работы с индивидуальным туристом и турагентом; Принципы и правила работы с претензиями клиентов.
	Умеет	Осуществлять взаимодействие между ТО и ТА на уровне менеджера по продажам туроператорской компании; Организовать процесс взаимодействия с транспортными предприятиями, гостиницами, турагентствами; Организовать процесс обслуживания клиентов туроператора в офисе и на маршруте.
	Владеет	способностью к социальному взаимодействию и профессиональному общению, готовностью к коллективной работе в команде и организации и организации работы малых коллективов - исполнителей;

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Туроперейтинг» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: лекция-беседа, лекция-консультация, проблемная лекция, лекция - дискуссия, кейс - стади.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

**Раздел I. Теоретические основы туроператорской деятельности
(6 часов) с использованием МАО (18 час.)**

Тема 1. Содержание понятия туроперейтинг (2 часа).

Роль и значение туроперейтинга в современной туристской индустрии. Содержание понятия «туроператор». Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. Современное состояние и тенденции развития туризма. Этапы развития туроперейтинга. Предмет деятельности туроператора. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта. Основные типы туроператоров. Операторы массового рынка. Операторы специализированные. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Местные туроператоры. Организация туров для внутреннего туризма. Выездные туроператоры. Обеспечение прибывающих туристов. Использование МАО – проблемная лекция.

Тема 2. Основные характеристики и структура турпродукта (2 часа).

Потребительские свойства турпродукта. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и невещественных потребительских стоимостей (в форме услуг). Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта. Использование МАО – лекция-беседа.

Тема 3. Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание (2 часа).

Турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета: передвижение, размещение, услуги, впечатления. Факторы: политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция. Использование МАО – лекция-беседа.

Раздел II. Организационные аспекты туроператорской деятельности . (6 часов)

Тема 4. Туристское планирование. (2 часа).

Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Принципы выбора мест приема.. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура. Использование МАО – проблемная лекция.

Тема 5. Маркетинговые исследования в туроперейтинге (2 часа).

Выявление нужд, приоритетов, тенденций спроса. Маркетинг как действия, направленные на анализ рынка для обеспечения разработки и сбыта турпродукта.. Туристский маркетинг как серия основных методов и приемов, выработанных для исследования, анализа и решения поставленных задач. Три главные функции маркетинга: контакты с клиентами; поиск новых возможностей для разработки турпродукта; продвижение турпродукта на рынок. Использование МАО – лекция визуализация.

Тема 6. Технология разработки турпродукта. (2 часа).

Порядок и этапы разработки турпродукта. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок. Потребительские свойства тура. Условия и принципы разработки тура. Вербальная модель тура. Процесс разработки. Использование МАО – лекция визуализация.

Раздел III. Ценообразование в туроперейтинге (6 часов)

Тема 7. Цена туристского пакета. (2 часа).

Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета. Особенности ценообразования в туризме. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления. Использование МАО – лекция-консультация.

Тема 8. Сущность и значение качества туристских услуг (2 часа)

Качественные и количественные характеристики услуги. Потребительские свойства и потребительские параметры туристских услуг. Оценка качества туристских услуг. Критерии оценки качества услуг. Источники информации о качестве обслуживания. Виды анкет, используемые при опросе туристов с целью определения качества услуг. Использование МАО – лекция-консультация.

Тема 9. Системы распространения турпродукта. (2 часа).

Формирование сбытовой сети. Каналы продвижения и реализации турпродукта. Формы организации сбыта туристского продукта. Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством. Использование МАО – лекция-консультация.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия (36 часов) в т. ч. с использованием МАО (18 час.)

Занятие 1. Туристская услуга – составляющая часть туристского продукта. Роль туроператорских компаний в создании туристского продукта (2 часа). Использование МАО – дискуссия.

1. Туристские услуги: основные, дополнительные, сопутствующие.

2. Туристский рынок: участники, понятия и особенности, обуславливающие необходимость деятельности профессиональных организаторов туризма.

3. Понятие и виды деятельности туроператоров и турагентов. Туроператорские и турагентские предприятия, как субъекты туристского рынка: роль в создании и продвижении турпродукта. Инициативный и рецептивный туроператор.

4. Прямая и репрезентативная схемы работы туроператора при создании туристского продукта.

5. Организация и работа представительств туристских компаний за рубежом.

6. Схемы продвижения турпродукта.

Занятие 2. Создание привлекательного туристского продукта.

Проектирование тура (4 часа). Использование МАО – кейс-задача.

1. Классы обслуживания. Пакет услуг. Заказные туры. Инклюзив туры. Индивидуальные и групповые туры.

2. Классификация и разработка туристских маршрутов. Проектирование туров. Программа обслуживания. Поставщики услуг.

3. Формирование туров. Расчет стоимости тура.

4. Основы туроперейтинга во внутреннем туризме. Особенности российского туристского продукта.

5. Виды предлагаемых и реализуемых программ.

6. Основные параметры и условия, формирующие образ территорий, привлекательный для организации въездного туризма (безопасность, уровень сервиса, насыщенность туристскими объектами, состояние объектов, состояние инфраструктуры). Имидж территории.

7. Особенности проектирования туров с учетом социально психологических особенностей иностранных туристов.

8. Российские национальные праздники, как основа анимационных программ в экскурсионном и других видах въездного туризма.

Занятие 3. Сотрудничество туроператоров и поставщиков услуг размещения (4 часа) Использование МАО – дискуссия.

1. Взаимоотношения с предприятиями гостиничной индустрии. Объекты размещения. Характеристика объектов размещения за рубежом.

2. Классификация и категоричность средств размещения с учётом специфики той или иной страны.

3. Региональные особенности развития и функционирования объектов размещения.

4. Формы сотрудничества. Разовые заявки, коитмент, элотмент, безотзывное бронирование, повышенная комиссия, приоритетное бронирование.

5. Аренда гостиничного предприятия, апартаментов, других средств размещения.

6. Взаимоотношения с предприятиями индустрии питания.

7. Организация питания туристов за рубежом.

8. Различия организационных форм питания (полупансион, полный пансион, «всё включено» и др.) в условиях прибрежных, городских и других форм размещения.

Занятие 4. Сотрудничество туроператоров и перевозчиков (4 часа).

1. Транспортные компании. Формы сотрудничества туроператора с авиакомпаниями.

2. Регулярные и чартерные перевозки, фрахт воздушного судна. Выписка и реализация авиабилетов.

3. Железнодорожная перевозка в составе тура за рубеж.

4. Комбинированные маршруты: ж/д+авиа, ж/д+авто, ж/д+водный транспорт.

5. Фрахтование ж/д вагонов. Предоставление услуг во фрахтуемых вагонах.

6. Услуги автотранспортных хозяйств. Аренда автотранспортного средства.

7. Речные и морские перевозки. Формы работы с круизными компаниями. Фрахтовка судна.

8. Права и обязанности сторон.

Занятие 5. Сотрудничество туроператоров и экскурсионных компаний (4 часа).

1. Экскурсионные и трансферные организации.

2. Взаимодействие экскурсовода, гида-переводчика с туроператором.
3. Виды экскурсионного обслуживания. Сопровождение туристов гидом-переводчиком.
4. Профессионально-квалификационные требования к экскурсоводу, гиду-переводчику. Права и обязанности экскурсовода, гида-переводчика.
5. Организация экскурсионной деятельности за рубежом.

Занятие 6. Взаимодействие туроператоров с принимающими компаниями (2 часа) Использование МАО – дискуссия.

1. Услуги, оказываемые meet - компаниями.
2. Контроль качества обслуживания и способы его регулирования.
3. Права и обязанности сторон.
4. Виды взаиморасчетов

Занятие 7. Страхование российских туристов, выезжающих за рубеж (2 часа).

1. Основы страхования в туризме.
2. Необходимость страховой защиты туристов, выезжающих зарубеж.
3. Типы и программы страхования, виды страховок.
4. Взаимодействие туроператора со страховой компанией и туристом.
5. Оформление страхового полиса.

Занятие 8. Основные формы продажи туристского продукта (2 часа)

1. Оптовая и розничная продажа туристских услуг, технологии продаж.
2. Принципы формирования сбытовой сети.
3. Разновидности схемы рыночных каналов продвижения туристского продукта.
4. Подбор партнеров по сбыту.
5. Агентское соглашение.

Занятие 8 Использование информационных технологий для организации туров и для продвижения турпродукта (2 часа)

1. Использование Интернет-сайтов и электронных систем для бронирования железнодорожных и авиабилетов.

2. Интернет-бронирование гостиниц и других средств размещения, аренда автомобилей и др.

3. Использование услуги online-бронирования туров.

4. Сайты туроператорских и турагентских компаний – основной источник оперативной информации о предлагаемых турах.

Занятие 8 Реклама туристского продукта: цели и основные принципы (2 часа)

1. Методы и нормативная основа рекламы турпродукта. Тактические решения по рекламе.

2. Нерекламные методы продвижения турпродукта.

3. Использование маркетинговых стратегий.

4. Анализ деятельности наиболее успешных организаций по предоставлению услуг в сфере российского туризма.

5. Изучение и выработка маркетинговых стратегий, направленных на развитие и популяризацию туризма.

6. Стимулирование продажи и пропаганда (PR) турпродукта.

Занятие 9. Каталог туроператора (2 часа)

1. Цели, задачи, организация участия в выставках.

2. Генеральные и служебные каталоги – основное содержание.

3. Варианты ценовых таблиц. Подбор иллюстративного материала.

4. Степень информативности, удобство пользования и достоверность информации.

5. Выбор выставки и подготовка к выставке.

6. Работа на стенде. Средства создания, оформления и методы показа композиции.

7. Основные правила выставочной работы. Работа после выставки.

Занятие 10 Организация обслуживания туристов (2 часа)

1. Стратегия и менеджмент обслуживания.

2. Качество обслуживания и способы его регулирования.

3. Основы технологии обслуживания туристов в турагентской фирме.

4. Профессиональная этика работников турфирмы.
5. Необходимость формирования коммуникативных навыков.

Занятие 11. Партнерское взаимодействие в туристической индустрии (2 часа)

1. Принципы и правила партнерского общения в туристическом бизнесе. «Телефонный» этикет.
2. Психологические правила общения и ведения переговоров.

Занятие 12. Документооборот в туристической фирме (2 часа)

1. Документация туристической фирмы. Классификация документации: по кругу пользователей; по источнику информации; по степени и форме воздействия.
2. Уставные документы. Бухгалтерские и статистические документы.
3. Документы внутреннего распорядка.
4. Документы, регламентирующие отношения с поставщиками, с агентами, с туристами.
5. Документы туристов. Договор с клиентом – как основной документ туристической фирмы.

II. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Туроперейтинг» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение заданий;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

III. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				промежуточная аттестация	текущий контроль
1	Раздел 1. Теоретические основы туроператорской деятельности	ПК-4	<u>Знает</u> Специфические особенности проектирования программ туров, турпакетов, турпродуктов Технологию организации туроператорской деятельности; Функции менеджера и требования к организации работы персонала; Нормативно-правовые документы, регулирующие туристскую деятельность, их практическое применение; Порядок оформления договоров и заключения контрактов по реализации туров; Правила оформления туристской документации (путевок, ваучеров, билетов, страховых полисов и др.);	Вопросы 1- 4	УО-1, ПР-11
			<u>Умеет</u> Проектировать	Типовые задания 5, 10,	

			тур; Проектировать программу обслуживания; Своевременно и точно провести бронирование; Оформить договор с клиентом, турагентом;	11, 12, 13	
			<u>Владеет</u> Навыками проектирования программ туров, турпакетов, туров; Навыками правильного заполнения туристских документов; Опытном ведении баз данных предоставляемых услуг, постоянных клиентов, поставщиков услуг.	Вопрос 2	
2	Раздел 2. Организационные аспекты туроператорской деятельности	ПК-7	<u>Знает</u> Принципы взаимодействия туроператора с партнерами; Технологии работы с индивидуальным туристом и турагентом; Принципы и правила работы с претензиями клиентов.	Вопросы 5,6,8,9,10,11,12,13, 47	
			<u>Умеет</u>	Вопросы 7,14,15, 16,18-26, 31	УО-3, ПР-1, ПР-3, ПР-7

			<p>Осуществлять взаимодействие между ТО и ТА на уровне менеджера по продажам туроператорской компании;</p> <p>Организовать процесс взаимодействия с транспортными предприятиями, гостиницами, турагентствами;</p> <p>Организовать процесс обслуживания клиентов туроператора в офисе и на маршруте.</p>	Типовое задание 6	
			<p><u>Владеет</u> способностью к социальному взаимодействию и профессиональному общению, готовностью к коллективной работе в команде и организации и организации работы малых коллективов - исполнителей;</p>	Типовые задания 1,2,4	
3	Раздел 3. Ценообразование в туроперейтинге	ПК- 3	<p><u>Знает</u> Основные каналы реализации туристского продукта; Систему продвижения продукта туроператора; Отличительные черты</p>	Вопросы 21-29, 32-46	<p>ПР-1, ПР-2, ПР-4, ПР-9, ПР-12, УО-3</p>

			туристской рекламы; О системе не рекламных методов и форм продвижения турпродукта;		
			<u>Умеет</u> Применять на практике знания об организации и применении современных технологий по продвижению и реализации турпродукта;	Типовые задания 1,2,4	
			<u>Владеет</u> Способностью применять современные технологии и методы по продвижению и реализации турпродукта;	Типовые задания 7,8,9	ПР-1, ПР-2, ПР-4, ПР-12, УО-3

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

IV. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Жохова В.В., Римская Т.Г. Туроперейтинг: Учебное Пособие / В.В. Жохова, Т.Г. Римская – Находка: филиал ФГБОУ ВПО «ВГУЭС» в г. Находке, 2014. – 128 с. www.vvsu.ru/files/27C34558-2CCC-4203-A336-631E0786CC58.pdf

2. Современные технологии организации туристской деятельности: учебное пособие для вузов / Е. О. Валеева. – Из-во Троицкий мост, 2015. – 194 с. – 2 экз. - <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:776987&theme=FEFU>

3. Веткин, В.А., Винтайкина, Е.В. Технология создания турпродукта: учебно-методическое пособие – М.: Финансы и статистика; Инфра-М.- 2013. – 240 с. (1 экз) <http://www.studentlibrary.ru/doc/ISBN9785279034826-SCN0000/000.html>

4. Веткин, В.А., Винтайкина, Е.В. Технология создания массового турпродукта: пакетные туры: учебно-методическое пособие – М.: Издательство «Русайнс»; - 2015. – 248 с. (2 экз) <https://docplayer.ru/41992673-Tehnologiya-sozdaniya-massovogo-turprodukta.html>

5. Чудновский, А.Д. Управление потребительскими предпочтениями в сфере отечественного туризма и гостеприимства и основные направления реализации туристского продукта: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. – Москва: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 290 с. – Режим доступа: <https://www.book.ru/book/919723>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Правовое обеспечение сервиса и туризма: практикум / Н.Ю. Давыдова. – Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2014. – 102 с. – <http://www.iprbookshop.ru/33651.html>

2. Метрология, стандартизация и сертификация (в сфере туризма): Учебное пособие / В.П. Анисимов, А.В. Яцук. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 253 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/397143>

3. Чудновский, А.Д. Стратегический менеджмент в индустрии туризма: учебное пособие / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова, А.В. Кормишова. – Москва : КноРус, 2014. – 152 с. – Для бакалавров. – Режим доступа : <https://www.book.ru/book/914466>.

4. Косолапов А.Б. К71 Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебное пособие / А.Б. Косолапов. – 6 - ое изд., стер. – М.: КНОРУС, 2016. – 294 с. – (Среднее профессиональное образование). <https://ozon-st.cdn.ngenix.net/multimedia/1015658665.pdf>

5. Хамидуллина, Г.Р. Развитие менеджмента качества в сфере туризма [Электронный ресурс]: монография / Хамидуллина Г.Р., Зинурова Р.И., Фролова И.А. – Электрон. текстовые данные. – Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет, 2015. – 116 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/63977.html>.

6. Основы туризма: учебник для вузов по направлениям «Туризм», «Гостиничное дело», «Сервис» Е. Н. Трофимов и др.; под ред. Е. Л. Писаревского. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 374 с. ил. www.fa.ru/org/chair/mtgbism/Documents/Publications/Turizm_Basics.pdf

7. Информационные технологии в туристической индустрии: учебное пособие для вузов / Д. И. Кимяев, Г. А. Костин, В. В. Курлов. - Санкт-Петербург: Троицкий мост, 2014. – 203 с. – 5 экз. – Режим доступа: <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:732717&theme=FEFU>

8. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие / В.А. Назаркина [и др.]. – Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014. — 235 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/44910.html>

9. Теория и методология социально-экономических исследований в туристской индустрии: учебное пособие для вузов / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова, А. В. Кормишова. - Москва: КноРус, 2015. – 478 с. – 3 экз. - <http://lib.dvfu.ru:8080/lib/item?id=chamo:735577&theme=FEFU>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Ежедневная электронная газета Российского союза туриндустрии RATA – news
2. Журнал TTG RUSSIA (Туристическая газета). [www.ttg - russia.ru](http://www.ttg-russia.ru)
3. Онлайн - журнал HotLine.travel. <http://www.hotline.travel/>
4. Система поиска и бронирования туров. <http://exat.ru/>
5. Тонкости продаж. <http://pro.tonkosti.ru/>
6. Турбизнес. www.tourbus.ru
7. Туризм: практика, проблемы, перспективы. www.tpnews.ru
8. Туринфо. www.tourinfo.ru
9. Туристическая поисковая система. <http://sletat.ru/>
10. Федеральное агентство по туризму (официальный сайт)
<http://www.russiatourism.ru/>
11. Сайт компании LightSof и её программные продукты
<http://www.lightsoft.ru/>, <http://www.allspo.ru/>, <http://mediatravel.ru/>,
<http://travelsoft.ru/>, <http://www.rutraveller.ru/guides>,
<http://www.rutraveller.ru/touragents>.

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

1. Office (Word, Outlook, Power Point, Excel)
2. Поисковые системы: Google, Yahoo!, Yandex
3. Корпоративная компьютерная сеть ДВФУ
4. Онлайн-овая сеть Internet
5. Электронная почта

V. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

*Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного
на изучение дисциплины*

Планирование и организация времени, отведенного на изучение дисциплины. Приступить к освоению дисциплины следует незамедлительно в самом начале учебного семестра. Рекомендуется изучить структуру и основные положения Рабочей программы учебной дисциплины. Обратит внимание, что кроме аудиторной работы (лекции, практические занятия) планируется самостоятельная работа, итоги которой влияют на окончательную оценку по итогам освоения учебной дисциплины. Все задания (аудиторные и самостоятельные) необходимо выполнять и предоставлять на оценку в соответствии с графиком.

Работа с литературой. Рекомендуется использовать различные возможности работы с литературой: фонды научной библиотеки ДВФУ (<http://www.dvfu.ru/library/>) и электронные библиотеки.

Подготовка к экзамену. К экзамену допускаются обучающиеся, выполнившие все задания (практические, самостоятельные), предусмотренные учебным планом дисциплины, посетившие не менее 85% аудиторных занятий. Допуском к экзамену также являются результаты тестирования по всем разделам учебной дисциплины.

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для освоения дисциплины требуется наличие аудитории, оборудованной аудиовизуальными средствами, мультимедийным проектором с выходом в Сеть, ноутбук.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА ДФУ

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ
РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ
по дисциплине «Туроперейтинг»**

**Направление подготовки 43.03.02 Туризм
Форма подготовки очная**

**Владивосток
2016**

I. План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1	26.10.2018	Изучение нормативно-правовых документов при организации туроператорской деятельности	10	опрос, тестирование
2	10.11.2018	Изучение теоретического материала	10	опрос, тестирование
3	30.11.2018	Изучение теоретического материала и подготовка к практическим занятиям	10	Опрос
4	10.12.2018	Изучение теоретического материала и подготовка к практическим занятиям	10	опрос, тестирование
5	30.12.2018	Составление комплексной характеристики туристских услуг в турпакете	20	Реферат

II. Характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению

Самостоятельная работа №1. Изучение нормативно правовых документов при организации туроператорской деятельности.

Требования. От обучающегося требуется:

1. Свободно ориентироваться по нормативно-правовой базе при проектировании и планировании организации туроператорской деятельности.
2. Знание основных нормативно - правовых актов регулирующих деятельность туроператорских организаций.

Методические указания. Работа выполняется с использованием электронных ресурсов сети интернет. Работа сдаётся во время консультации в форме устного и письменного опроса. Также предусмотрено тестирование. В помощь обучающимся представлен список нормативно-правовых документов.

Критерии оценки. Во время опроса допускается не более 3-х ошибок. При тестировании требуется набрать минимальный бал (61) для зачёта теста.

Самостоятельная работа № 2. Изучение теоретического материала

Требования. От обучающегося требуется:

1. Свободно ориентироваться по теоретическому материалу.
2. Знание теоретических основ организации туроператорской деятельности.
3. Знание специфических особенностей организации туроператорской деятельности.
4. Знание специфических особенностей проектирования туристского продукта.

Методические указания. Работа выполняется с использованием теоретического материала. Работа может быть сдана за один приём или в несколько приёмов. Работа сдаётся во время консультации в форме устного письменного опроса. Также предусмотрено тестирование. В помощь обучающимся представлен список теоретического материала.

Критерии оценки. Во время опроса допускается не более 3-х ошибок. При тестировании требуется набрать минимальный бал (61) для зачёта теста.

Самостоятельная работа №3. Изучение теоретического материала и подготовка к практическим занятиям.

Требования. От обучающегося требуется:

1. Знание особенностей организации работы туроператора.
2. Знание основных технологий при проектировании турпродукта.
3. Характеристику туроператорских предприятий.

Методические указания. Задание выполняется с использованием Учебных пособий:

1. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: продвижение туристского продукта – М.: Руконт, 2014. –177 с. – Электронный учебник.

2. Основы туризма: учебник для вузов по направлению «Туризм», «Гостиничное дело», «Сервис», Е.Н. Трофимов и др.; под. Ред. Е.Л. Писаревского.- М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.-374 с.

Работа сдаётся в форме тестирования.

Критерии оценки.

При тестировании требуется набрать минимальный бал (61) для зачёта теста.

Самостоятельная работа № 4. Изучение теоретического материала и подготовка к практическим занятиям.

Требования. От обучающегося требуется:

1. Свободно ориентироваться по теоретическому материалу.
2. Знание специфических особенностей проектирования программ туров.
3. Знание видов туроператорской деятельности.
4. Знание особенностей организации работы по взаимодействию с партнерами.

Методические указания. Работа выполняется с использованием теоретического материала. Работа сдаётся во время консультации в устной и письменной форме опроса.

Критерии оценки. Во время опроса допускается не более 3-х ошибок или неточностей.

Самостоятельная работа № 5. Составление комплексной характеристики туроператорских предприятий города Владивостока.

Требования. Изучить особенности предоставления туристских туристскими предприятиями г. Владивостока. Установить взаимосвязи между потребностями клиентов и ассортиментом предоставляемых услуг на примере туристских предприятий г. Владивостока. Изучить отзывы на интернет-сайтах туристских предприятий города Владивостока и сделать анализ и выводы.

Методические указания. Работа выполняется в форме эссе. В эссе следует уделить внимание следующим моментам.

1. Общая характеристика туристских услуг и турпродуктов предлагаемых туристскими предприятиями города Владивостока.

2. Особенности предоставления и организации туристских услуг туристскими предприятиями города Владивостока.

3. Проблемы организации и предоставления туристских услуг туристскими предприятиями города Владивостока.

Выполненная работа предоставляется на проверку в соответствии с графиком выполнения самостоятельных работ.

Критерии оценки.

Работа оценивается по 4-х бальной шкале. Для получения «5 баллов» работа должна быть предоставлена в срок и оформлена в соответствии с требованиями. Она должна представлять самостоятельную работу, в которой раскрыты все пункты плана. Для получения оценки «4 балла» работа должна быть представлена в срок, допускаются незначительные объёмы компиляции, в целом работа должна представлять самостоятельное исследование с выводами. Оценка «3 балла» работа получает в случае, если она не представлена в срок (задержка более 5 дней). Работа носит компилятивный

характер. Оценка «2 балла» - работа выполнена не в срок (задержка более 10 дней), представляет полную компиляцию, отсутствуют выводы.

Приветствуется создание и представление презентации в программе Microsoft Office Power Point.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для освоения дисциплины требуется наличие аудитории, оборудованной аудиовизуальными средствами, мультимедийным проектором с выходом в Сеть.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА ДФУ

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Туропреитинг»

Направление подготовки 43.03.02 Туризм
Форма подготовки очная

Владивосток
2016

**Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине
«Туроперейтинг»**

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-4 способностью проектировать программы туров, турпакетов, экскурсионные программы и другие продукты туристской деятельности	Знает	<p>Специфические особенности проектирования программ туров, турпакетов, турпродуктов</p> <p>Технологию организации туроператорской деятельности;</p> <p>Функции менеджера и требования к организации работы персонала;</p> <p>Нормативно-правовые документы, регулирующие туристскую деятельность, их практическое применение;</p> <p>Порядок оформления договоров и заключения контрактов по реализации туров;</p> <p>Правила оформления туристской документации (путевок, ваучеров, билетов, страховых полисов и др.);</p>
	Умеет	<p>Проектировать тур;</p> <p>Проектировать программу обслуживания;</p> <p>Своевременно и точно провести бронирование;</p> <p>Оформить договор с клиентом, турагентом;</p>
	Владеет	<p>Навыками проектирования программ туров, турпакетов, туров;</p> <p>Навыками правильного заполнения туристских документов;</p> <p>Опытом ведения баз данных предоставляемых услуг, постоянных клиентов, поставщиков услуг.</p>
ПК-7 способностью организовывать взаимодействие с представителями гостиничной и туристской индустрии, клиентами гостиничных и туристских предприятий, а также с другими заказчиками услуг на локальном, региональном и федеральном уровнях	Знает	<p>Принципы взаимодействия туроператора с партнерами;</p> <p>Технологии работы с индивидуальным туристом и турагентом;</p> <p>Принципы и правила работы с претензиями клиентов.</p>
	Умеет	<p>Осуществлять взаимодействие между ТО и ТА на уровне менеджера по продажам туроператорской компании;</p> <p>Организовать процесс взаимодействия с транспортными предприятиями, гостиницами, турагентствами;</p> <p>Организовать процесс обслуживания клиентов туроператора в офисе и на маршруте.</p>
	Владеет	<p>способностью к социальному взаимодействию и профессиональному общению, готовностью к коллективной работе в команде и организации и организации работы малых коллективов - исполнителей;</p>

ПК-3 готовностью к реализации проектов в туристской индустрии	Знает	Основные каналы реализации туристского продукта; Систему продвижения продукта туроператора; Отличительные черты туристской рекламы; О системе не рекламных методов и форм продвижения турпродукта;
	Умеет	Применять на практике знания об организации и применении современных технологий по продвижению и реализации турпродукта;
	Владеет	Способностью применять современные технологии и методы по продвижению и реализации турпродукта;

№ п/п	Контролируемые разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			промежуточн ая аттестация	текущий контроль	
1	Раздел 1. Теоретические основы туроператорской деятельности	ПК-3 ПК-4	<u>Знает</u> Специфические особенности проектировани я программ туров, турпакетов, турпродуктов Технологию организации туроператорско й деятельности; Функции менеджера и требования к организации работы персонала; Нормативно- правовые документы, регулирующие туристскую деятельность, их практическое применение; Порядок оформления договоров и заключения контрактов по реализации туров;	Вопросы 1- 4	УО-1, ПР-11 ПР-1

			<p>Правила оформления туристской документации (путевок, ваучеров, билетов, страховых полисов и др.);</p> <p><u>Умеет</u> Проектировать тур; Проектировать программу обслуживания; Своевременно и точно провести бронирование; Оформить договор с клиентом, турагентом;</p> <p><u>Владеет</u> Навыками проектирования программ туров, турпакетов, туров; Навыками правильного заполнения туристских документов; Опытном ведении баз данных предоставляемых услуг, постоянных клиентов, поставщиков услуг.</p>	<p>Типовые задания 5, 10, 11, 12, 13</p> <p>Вопрос 2</p>	
2	Раздел 2. Организационные аспекты туроператорской деятельности	ПК-4, ПК-7	<p><u>Знает</u> Принципы взаимодействия туроператора с партнерами; Технологии работы с индивидуальными</p>	<p>Вопросы 5,6,8,9,10,11,12,13, 47</p>	

			<p>м туристом и турагентом; Принципы и правила работы с претензиями клиентов.</p>	<p>Вопросы 7,14,15, 16,18-26, 31</p>	<p>УО-3, ПР-1, ПР-3, ПР-7</p>
			<p><u>Умеет</u> Осуществлять взаимодействие между ТО и ТА на уровне менеджера по продажам туроператорской компании; Организовать процесс взаимодействия с транспортными предприятиями, гостиницами, турагентствами; Организовать процесс обслуживания клиентов туроператора в офисе и на маршруте.</p>	<p>Типовое задание 6</p>	
			<p><u>Владет</u> способностью к социальному взаимодействию и профессиональному общению, готовностью к коллективной работе в команде и организации и организации работы малых коллективов - исполнителей;</p>	<p>Типовые задания 1,2,4</p>	
3	Раздел 3.	ПК- 4	<u>Знает</u>		

	Ценообразование в туроперейтинге.	ПК-7	Основные каналы реализации туристского продукта; Систему продвижения продукта туроператора; Отличительные черты туристской рекламы; О системе не рекламных методов и форм продвижения турпродукта;	Вопросы 21-29, 32-46	<p>ПР-1, ПР-2, ПР-4, ПР-9, ПР-12, УО-3</p> <p>ПР-1, ПР-2, ПР-4, ПР-12, УО-3</p>
			<u>Умеет</u> Применять на практике знания об организации и применении современных технологий по продвижению и реализации турпродукта;	Типовые задания 1,2,4	
			<u>Владеет</u> Способностью применять современные технологии и методы по продвижению и реализации турпродукта;	Типовые задания 7,8,9	

Зачетно-экзаменационные материалы

(оценочные средства по промежуточной аттестации и критерии оценки)

1. Туроператор как составитель турпакета.
2. Система управления туризмом на современном этапе.
3. Турагент как розничный продавец туров.
4. Типы туроператоров.
5. Туристская индустрия, ее составляющие.
6. Система обеспечения кадрами в туристском бизнесе.
7. Турпакет и факторы, влияющие на его создание.
8. Понятие туристского продукта, его потребительские качества.
9. Классификация видов туризма.
10. Основные характеристики въездного и выездного туризма.
11. Планирование в туроперейтинге.
12. Классификация транспортных путешествий и транспортных средств.
13. Ценообразование. Цена турпакета.
14. Понятие и особенности туристского рынка.
15. Факторы, формирующие цену тура.
16. Классификация средств размещения туристов.
17. Жизненный цикл туристского продукта.
18. Основные виды туристских фирм в туристском бизнесе и их характеристики
19. Процесс принятия решений о покупке туруслуг.
20. Технологические требования к разработке анкет.
21. Характеристика регионального рынка туристских услуг.
22. Классификация и типология туристских услуг.
23. Нормативно-правовое обеспечение туроператорской деятельности.
24. Элементы туристского рынка
25. Технологические этапы разработки тура.
26. Лицензирование туристской деятельности.
27. Факторы, оказывающие влияние на спрос в туризме.

28. Особенности программного туризма.
29. Потребности и типы туризма.
30. Маркетинговые коммуникации в сфере туризма.
31. Функции туроперейтнга.
32. Потребительские свойства турпродукта.
33. Классы туристского обслуживания их характеристика.
34. Технологическая документация тура.
35. Методы контроля качества обслуживания.
36. Основные положения договоров с поставщиками тур услуг.
37. Информационный листок к тур.путевке.
38. Туристские формальности.
39. Каналы реализации турподукта.
40. Порядок оформления агентского соглашения.
41. Система продвижения продукта туроператора.
42. Информационный каталог туроператора.
43. Менеджмент обслуживания в туроперейтинге.
44. Принципы программного обслуживания.
45. Анимация в туризме.

Критерии оценивания устных ответов на экзамене

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Туроперейтинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. По дисциплине «Туроперейтинг» предусмотрен экзамен (7 семестр).

Процедура оценивания. К экзамену допускаются обучающиеся, выполнившие программу обучения по дисциплине, прошедшие все этапы текущей аттестации. Экзамен проводится в письменной форме по экзаменационным вопросам.

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене
по дисциплине «Туроперейтинг»**

Баллы	Оценка зачёта/экзамена	Требования к сформированным компетенциям
100-86	«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он владеет глубокими и прочными знаниями по дисциплине. Не затрудняется с ответами на вопросы. В ответе использует материалы монографической литературы. Свободно справляется с поставленными задачами, типовыми заданиями. Владеет навыками анализа особенностей организации и предоставления туристских услуг туроператорскими предприятиями.
85-75	«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы. Хорошо ориентируется в концептуальных основах дисциплины. Знает основные закономерности и факторы формирования туристского продукта. Демонстрирует хороший уровень знания материала. Справляется с поставленными задачами и типовыми заданиями. Грамотно и логично излагает суть вопросов. Владеет методами исследования при проектировании турпродукта. Допускает несущественные ошибки, неточности формулировок.
74-51	«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности формулировок. Не ориентируется в теории и методологии дисциплины. Имеет представление об особенностях функционирования и предоставления туристских услуг туристскими предприятиями лишь в общих чертах. Материал излагает непоследовательно, испытывает затруднения при выполнении поставленных задач и типовых заданий.
Менее 51	«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, не владеет теоретическими основами дисциплины, допускает существенные ошибки, не владеет профессиональной лексикой, не в состоянии выполнить поставленные задачи, типовые задания по дисциплине.

Текущая аттестация студентов

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Туроперейтинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Туроперейтинг» проводится в форме следующих контрольных мероприятий: собеседование (УО-1), сообщение (УО-3), практическая работа (ПР-12), конспект (ПР-7), реферат (ПР-4), кейс-задача (ПР-11), контрольная работа (ПР-2), тестирование (ПР-1). Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина;
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы.

Процедура оценивания. Оценка посещаемости, активности обучающихся на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий ведётся на основе журнала, который ведёт преподаватель в течение учебного семестра.

Степень усвоения теоретических знаний оценивается в ходе следующих контрольных мероприятий:

Собеседование (УО-1). Тема: Содержание понятия туроперейтинг.

Сообщение (УО-3). Темы занятий: Основные характеристики и структура турпродукта. Потребительские свойства турпродукта. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и невещественных потребительских стоимостей (в форме услуг). Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта.

Контрольная работа (ПР-2). Темы: Цена туристского пакета.

Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета. Особенности ценообразования в

туризме. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.

Сущность и значение качества туристских услуг. Качественные и количественные характеристики услуги. Потребительские свойства и потребительские параметры туристских услуг. Оценка качества туристских услуг. Критерии оценки качества услуг. Источники информации о качестве обслуживания. Виды анкет, используемые при опросе туристов с целью определения качества услуг.

Тестирование (ПР-1). Разделы: 1 – «Теоретические основы туроператорской деятельности», 2 – «Организационные аспекты туроператорской деятельности».

Уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы оценивается в ходе следующих контрольных мероприятий:

Практическая работа (ПР-12). Темы занятий: Системы распространения турпродукта. Формирование сбытовой сети. Каналы продвижения и реализации турпродукта. Формы организации сбыта туристского продукта. Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством.

Результаты самостоятельной работы оцениваются в ходе следующих контрольных мероприятий:

Собеседование (УО-1): Изучение нормативно-правовых документов при организации и проектировании туристского продукта.

Тестирование (ПР-1): Содержание понятия туроперейтинг.

Роль и значение туроперейтинга в современной туристской индустрии. Содержание понятия «туроператор». Характеристика основных понятий как объектов изучения курса. Современное состояние и тенденции развития туризма. Этапы развития туроперейтинга. Предмет деятельности туроператора. Схема организации работы туроператора по разработке и реализации туристского продукта. Основные типы туроператоров.

Операторы массового рынка. Операторы специализированные. Специализация на определенном продукте/услуге и сегменте рынка. Туризм специального интереса и определенного места назначения. Местные туроператоры. Организация туров для внутреннего туризма. Выездные туроператоры. Обеспечение прибывающих туристов.

Основные характеристики и структура турпродукта.

Потребительские свойства турпродукта. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и невещественных потребительских стоимостей (в форме услуг). Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары. Фазы жизненного цикла турпродукта. Факторы производства турпродукта.

Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание.

Турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура. Составные части турпакета: передвижение, размещение, услуги, впечатления. Факторы: политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция.

Туристское планирование. Стадии планирования туристского пакета. Договорной план. Типичная временная шкала туроперейтинговой программы. Принципы выбора мест приема. Принятие решения о месте назначения; средстве размещения; продолжительности тура. Маркетинговые исследования в туроперейтинге.

Выявление нужд, приоритетов, тенденций спроса. Маркетинг как действия, направленные на анализ рынка для обеспечения разработки и сбыта турпродукта.. Туристский маркетинг как серия основных методов и приемов, выработанных для исследования, анализа и решения поставленных задач. Три главные функции маркетинга: контакты с клиентами; поиск новых возможностей для разработки турпродукта; продвижение турпродукта на

рынок. Технология разработки турпродукта. Порядок и этапы разработки турпродукта. Основные и специфические потребности туристов. Исходная дифференциация туристских поездок. Потребительские свойства тура. Условия и принципы разработки тура. Вербальная модель тура. Процесс разработки. Цена туристского пакета.

Цены, ориентированные на затраты, как наиболее распространенный способ установления цены турпакета. Особенности ценообразования в туризме. Калькуляция стоимости туристских услуг. Дифференциация цены при управлении сезонностью туристского потребления.

Сущность и значение качества туристских услуг.

Качественные и количественные характеристики услуги. Потребительские свойства и потребительские параметры туристских услуг. Оценка качества туристских услуг. Критерии оценки качества услуг. Источники информации о качестве обслуживания. Виды анкет, используемые при опросе туристов с целью определения качества услуг.

Системы распространения турпродукта.

Формирование сбытовой сети. Каналы продвижения и реализации турпродукта. Формы организации сбыта туристского продукта. Роль турагентств в турбизнесе. Система комиссионных как основа взаимоотношений между турагентом и туроператором. Характер контрактных отношений между туроператором и турагентством.

Реферат (ПР-4): _____ Составление комплексной характеристики туроператорских предприятий города Владивостока.

Проект (ПР-9): Составление комплексной характеристики турпродуктов предоставляемых туристскими фирмами города Владивостока

**Методические рекомендации,
определяющие процедуры оценивания результатов освоения
дисциплины**

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Туроперейтинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Туроперейтинг» проводится в форме контрольных мероприятий (тесты, практические задания) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

– учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);

– степень усвоения теоретических знаний (активность в ходе обсуждений материалов лекций, активное участие в дискуссиях с аргументами из дополнительных источников, внимательность, способность задавать встречные вопросы в рамках дискуссии или обсуждения, заинтересованность изучаемыми материалами);

– уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (определяется по результатам контрольных работ, практических занятий, ответов на тесты);

– результаты самостоятельной работы (задания и критерии оценки размещены в Приложении 1).

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Туроперейтинг» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Вид промежуточной аттестации – экзамен (7 семестр), состоящий из

устного опроса в форме собеседования и индивидуального зачетного задания.

Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства. В результате посещения лекций, практических занятий, семинаров и круглых столов студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает ответы на вопросы к экзамену, представленные в структурном элементе ФОС IV.1. В ходе промежуточной аттестации студент готовит индивидуальное зачетное задание (индивидуальное зачетное задание размещено в структурном элементе ФОС IV. 2. Критерии оценки студента на экзамене представлены в структурном элементе ФОС IV.3. Критерии оценки текущей аттестации – контрольная проверка знаний представлены в структурном элементе ФОС V.

**Критерии оценки студента на экзамене по дисциплине
(промежуточная аттестация – экзамене)**

Баллы (рейтингов ой оценки)	Оценка зачета/ экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
86-100	«зачтено»/ «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
76-85	«зачтено»/ «хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
75-61	«зачтено»/ «удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответах на дополнительные

		вопросы.
менее 61	<i>«не зачтено»/ «неудовлетв орительно»</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.