



УТВЕРЖДЕНО:
Советом филиала ФГБОУ ВО
«РГУТиС» в г.Махачкале
Протокол № 2 от 26 сентября 2019
года.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ОД.4 Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве
основной профессиональной образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

по направлению подготовки: 38.03.02 Менеджмент
направленность (профиль): Менеджмент в туризме и гостеприимстве
Квалификация: бакалавр

Год начала подготовки: 2020

Разработчик:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н., доцент Даитов В.В</i>

Рабочая программа согласована и одобрена директором ОПОП:

должность	ученая степень и звание, ФИО
<i>доцент</i>	<i>к.э.н., доцент Бахишев С.Д.</i>



1. Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве» является частью первого блока программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве и относится к обязательным дисциплинам вариативной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на знании дисциплин «Введение в технологию обслуживания», «Право», «Сервисная деятельность предприятий индустрии гостеприимства», «Документационное обеспечение профессиональной деятельности».

Дисциплина направлена на овладение выпускником следующих компетенций

ОПК-1 - владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности;

ПК-12 - умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);

ДОПК-1- способностью к организации коммуникационного процесса с потребителем туруслуг и услуг гостеприимства;

ДОПК-3 - способностью организовать процесс оказания туруслуг и услуг гостеприимства потребителям;

ДПК-5 - владением приемами современной организации обслуживания на предприятиях (организациях) туристической и индустрии гостеприимства.

В рамках дисциплины изучается круг вопросов, связанных с:

организацией обслуживания потребителей туристских услуг и услуг индустрии гостеприимства;

организацией продвижения туристских услуг и услуг индустрии гостеприимства;

формированием цены на туристский и гостиничный продукт;

современными приемами организации обслуживания потребителей туристских и гостиничных услуг.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, в том числе: контактная работа преподавателя со студентом - 148 часов (68 часов - занятия лекционного типа, 72 часа – занятия семинарского типа, консультации- 4 часа, промежуточная аттестация- 4 часа), самостоятельная работа студента -68 часов.

Преподавание дисциплины ведется на 2-м и 3-м курсах в 4-м и 5-м семестрах продолжительностью 18 недель каждый и предусматривает проведение учебных занятий следующих видов: лекции, в том числе проблемные лекции, лекции-дискуссии, лекция-диалог; практические занятия, в том числе заслушивание и обсуждение докладов с презентациями, диспут, мастер-класс, практическое занятие-беседа, смешанная форма практического занятия, выполнение контрольных заданий, тренинг, разбор кейсов, решение задач; выездные занятия, самостоятельная работа обучающихся; групповые и индивидуальные консультации.

Программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме ситуационных задач и тестов, промежуточная аттестация в форме зачета (4-ый семестр) и экзамена (5-ый семестр).

Для очно-заочной формы обучения: преподавание ведется на 4 курсе в 7 и 8 семестрах, контактная работа преподавателя со студентом - 40 ч. (6/6 ч. - занятия лекционного типа, 10/10 ч. – занятия семинарского типа, консультации – 2/2 ч., промежуточная аттестация- 2/2 ч.), самостоятельная работа студента – 88/88 ч., промежуточная аттестация в форме зачета в 7 семестре и экзамена в 8 семестре.



Для заочной формы обучения: преподавание ведется на 4 курсе в 7 и 8 семестрах, контактная работа преподавателя со студентом - 28 ч. (4/4 ч. - занятия лекционного типа, 6/6 ч. – занятия семинарского типа, консультации – 2/2 ч., промежуточная аттестация- 2/2 ч.), самостоятельная работа студента – 94/94 ч., промежуточная аттестация в форме зачета в 7 семестре и экзамена в 8 семестре.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства/Методы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства, Национальные особенности ведения бизнеса в туризме и гостеприимстве.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Планируемые результаты обучения (компетенции или ее части)
1.	ОПК-1	владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности
2.	ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)
3.	ДОПК-1	способностью к организации коммуникационного процесса с потребителем туруслуг и услуг гостеприимства
4.	ДОПК-3	способностью организовать процесс оказания туруслуг и услуг гостеприимства потребителям
5.	ДПК – 5	владением приемами современной организации обслуживания на предприятиях (организациях) туристической и индустрии гостеприимства

3. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП:

Дисциплина «Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве» является частью первого блока программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», профиль Менеджмент в туризме и гостеприимстве и относится к обязательным дисциплинам вариативной части программы.

Изучение данной дисциплины базируется на знании дисциплин «Введение в технологию обслуживания», «Право», «Сервисная деятельность предприятий индустрии гостеприимства».

Данная дисциплина является предшествующей для следующих дисциплин:

Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства/Методы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства

Формирование компетенции ОПК-1 начинается в дисциплине Право (1 семестр), продолжается в дисциплине Документационное обеспечение профессиональной деятельности (3 семестр) и в данной дисциплине (4 и 5 семестры) и заканчивается в дисциплинах Основы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства/Методы прикладных исследований в менеджменте туризма и гостеприимства (7 и 8 семестры).



Формирование компетенции ПК-12 начинается в дисциплине Технологии делового общения (1,2,3,4 семестры), продолжается в дисциплине «Менеджмент гостиничных и ресторанных услуг» (3 семестр), Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве (4,5 семестры) параллельно с дисциплиной Кросскультурный (сравнительный) менеджмент (5 семестр) и заканчивается в дисциплине Национальные особенности ведения бизнеса в туризме и гостеприимстве (6, 7 семестры).

Формирование компетенции ДОПК-1 начинается в дисциплине Сервисная деятельность предприятий индустрии гостеприимства (1 семестр) и заканчивается в данной дисциплине (4 и 5 семестры).

Компетенция ДОПК-3 формируется в данной дисциплине (4 и 5 семестры).

Формирование компетенции ДПК-5 начинается в дисциплине Введение в технологию обслуживания (1 семестр) и заканчивается в данной дисциплине (4 и 5 семестры).

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц/ 216 акад.часов.

(1 зачетная единица соответствует 36 академическим часам)

Очная форма обучения

Виды учебной деятельности	Всего	Семестры	
		4	5
1. Контактная работа обучающихся	148	74	74
в том числе:			
1.1.Лекции	68	34	34
1.2.Занятия семинарского типа, в том числе:	72	36	36
Семинары	-	-	-
Лабораторные работы	-	-	-
Практические занятия	72	36	36
1.3.Консультация	4	2	2
1.4.Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	4	зачет 2	экзамен 2
2. Самостоятельная работа	68	34	34
3. Общая трудоемкость час	216	108	108
з.е.	6	3	3

Очно-заочная форма обучения

Виды учебной деятельности	Всего	Семестры	
		7	8
1. Контактная работа обучающихся	40	20	20
в том числе:			
1.1.Лекции	12	6	6
1.2.Занятия семинарского типа, в том числе:	20	10	10
Семинары	-	-	-
Лабораторные работы	-	-	-
Практические занятия	20	10	10
1.3.Консультация	4	2	2



1.4. Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	4	зачет 2	экзамен 2
2. Самостоятельная работа	188	94	94
3. Общая трудоемкость	216	108	108
час з.е.	6	3	3

Заочная форма обучения

Виды учебной деятельности	Всего	Семестры	
		7	8
3. Контактная работа обучающихся	28	14	14
в том числе:			
3.1. Лекции	8	4	4
3.2. Занятия семинарского типа, в том числе:	12	6	6
Семинары	-	-	-
Лабораторные работы	-	-	-
Практические занятия	12	6	6
3.3. Консультация	4	2	2
3.4. Форма промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	4	зачет 2	экзамен 2
4. Самостоятельная работа	188	94	94
3. Общая трудоемкость	216	108	108
час з.е.	6	3	3



5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения												
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, академ. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, академ. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, академ. часов	Форма проведения практических занятий	Семинары, академ. часов	Форма проведения семинара	Консультации, академ. час	Форма проведения Консультации					
1-4/4	Модуль 1. Организация обслуживания в туризме	Тема 1. Факторы сервисной трансформации в современном обществе	2	проблемная лекция	2	практическое занятие -беседа									
5-8/4	Раздел 1. Теоретические основы обслуживания	Тема 2. Сервисное управление моделированием туристского продукта Тема 3. Планирование обслуживания	2 4	проблемная лекция	2 4	практическое занятие - выполнение контрольного задания разбор кейсов							6 4	подготовка индивидуальных заданий: подготовка к работе над кейсами	



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения														
			Контактная работа обучающихся с преподавателем									СРО, акад. часов	Форма проведения СРО				
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практич. занятия=	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час					Форма проведения Консультации			
		Контрольная точка №1 Тема 4. Организация турагентской деятельности Тема 5. Организация туроператорской деятельности	2	диск уссмы	-												
			4	лекция-диалог	2	практ. занятие-беседа											



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем									СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практ. заняти	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час					Форма проведения Консультации
9-12/4	Раздел 2. Организация обслуживания в туристической индустрии													
13-16/4														



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения														
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, академических часов	Форма проведения СРО			
			Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, академических часов	Форма проведения практических занятий	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Консультации, академических часов	Форма проведения консультаций							
		Тема 6. Информационное обеспечение туристской деятельности, системы бронирования в туризме, мобильный туроперейтинг Контрольная точка №2	2	лекция – диалог	4	смешанная форма практического занятия											
		Тема 7. Расчет стоимости туристских услуг и продуктов Контрольная точка №3	8		8	решение задач											
		Тема 8. Организация внутреннего туризма Тема 9. Организация въездного	2	лекция – диалог	2	заслушивание и обсуждение докладов с презентацией								8			



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения																	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем									СРО, академических часов	Форма проведения СРО							
			Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, академических часов	Форма проведения практических занятий	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Консультации, академических часов					Форма проведения консультаций						
	туризма	Тема 10. Организация выездного туризма	2	лекция – диалог	1	заслушивание и обсуждение докладов с презентациями														
			2	лекция – диалог	1															
17-18/4		Тема 11. Особенности организации обслуживания различных категорий туристов	4	лекция-дискуссия	4	диспут											8		подготовка индивидуальных заданий: презентация	



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения												
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, академических часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, академических часов	Форма проведения практических занятий	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Консультации, академических часов	Форма проведения Консультации					
18/4		Групповой (индивидуальный) проект Контрольная точка №4 Консультация			6	защита групп. проекта				2	групп.			8	подготовка заданий по групповому проекту



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения													
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО		
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практ. заняти	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации						
18/4	Модуль 2. Организация обслуживания в гостиничном бизнесе	Промежуточная аттестация – зачет - 2 часа														
1-4/5	Раздел 1. Управление процессом обслуживания	Тема 1. Методы проектирования обслуживания в гостиничном бизнесе Контрольная точка №1	10	проблемная лекция	6	выездное занятие, мастер-класс								16	подготовка к выездному занятию, мастер-классу	



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения												
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практич. занятия=	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации					
5-9/5	Раздел 2. Особенности организации обслуживания в гостиничном бизнесе	Тема 2. Организация гостиничной деятельности; инновационные технологии обслуживания в гостиничном бизнесе	6	проблемная лекция	4	беседа									подготовка индивидуальных заданий презентация
9-11/5		Тема 3. Организация услуг развлечения; инновационные методы в организации досуговой деятельности	4	лекция – диалог	2	заслушивание и обсуждение докладов с презентациями									подготовка индивидуальных заданий презентация
		Контрольная точка №2													
		Тема 4. Организация деятельности предприятий питания; инновационные способы обслуживания на предприятиях питания	4	лекция – диалог	2	заслушивание и обсуждение докладов с презентациями									подготовка индивидуальных заданий, доклады



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения												
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, акад. часов	Форма проведения практич. занятия=	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации					
18/5		Групповой (индивидуальный) проект Контрольная точка №4			4	защита группового проекта								10	подготовка индивидуальных заданий по групповому проекту
		Консультация Промежуточная аттестация - Экзамен – 2 часа								2	групп.				



Очно-заочная форма обучения

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, академических часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия	Практические занятия,	Форма проведения	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Консультации, академических часов	Форма проведения Консультации				
1-4/4	Модуль 1. Организация обслуживания в туризме	Тема 1. Факторы сервисной трансформации в современном обществе	1		-								5	работа с литературой и Интернет-ресурсами
5-8/4	Раздел 1. Теоретические основы обслуживания	Тема 2. Сервисное управление моделированием туристского продукта	1	проблемная лекция	-	смешанная форма практи. занятия							4	подготовка индивидуальных заданий: реферат работа с литературой и Интернет-ресурсами
		Тема 3. Планирование обслуживания											5	
		Контрольная точка №1	-		2									



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем									СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия,	Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час					Форма проведения Консультации
		Тема 4. Организация турагентской деятельности	-		2	смешанная форма практ. занятия							4	работа с литературой и Интернет-ресурсами
		Тема 5. Организация туроператорской деятельности	1	лекция – диалог	-								4	
		Тема 6. Информационное обеспечение туристской деятельности, системы бронирования в туризме, мобильный туроперейтинг											4	



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем									СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия,	Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час					Форма проведения Консультации
	Раздел 2. Организация обслуживания в туриндустрии	Тема 6. Информационное обеспечение туристской деятельности, системы бронирования в туризме, мобильный туроперейтинг Контрольная точка №2	-		2	смешанная форма практ. занятия							4	подготовка индивидуальных заданий :презентация
		Тема 7. Расчет стоимости туристских услуг и продуктов Контрольная точка №3	1	лекция – диалог		смешанная форма практ. занятия							10	работа с литературой и Интернет-ресурсами
		Тема 8. Организация внутреннего туризма	1										6	
		Тема 9. Организация въездного туризма	-		-								10	работа с



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации					
		Тема 10. Организация выездного туризма	1		1							10	литературой и Интернет-ресурсами	



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад. часов	Форма проведения СРО		
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации					
17-18/4		Тема 11. Особенности организации обслуживания различных категорий туристов	1	лекция-дискуссия	-								12	подготовка индивидуальных заданий :презентация
17-18/6		Групповой (индивидуальный) проект Контрольная точка №4 Консультация			2					2			14	подготовка индивидуальных заданий, :презентация
17-18/4		Промежуточная аттестация – зачет 2 часа												



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения										
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации				
1-4/5	Модуль 2. Организация обслуживания в гостиничном бизнесе Раздел 1. Управление процессом обслуживания	Тема 1. Методы проектирования обслуживания в гостиничном бизнесе Контрольная точка №1			2	смешанная форма практ. занятия						14	Работа с литературой и Интернет-ресурсами
5-9/5		Тема 2. Организация гостиничной деятельности; инновационные технологии обслуживания в гостиничном бизнесе Контрольная точка №1	2		2	практ. занятие - беседа						10	Подготовка индивидуальных заданий презентация
9-11/5	Раздел 2. Особенности организации обслуживания в гостиничном бизнесе	Тема 3. Организация услуг развлечения; инновационные методы в организации досуговой деятельности Контрольная точка №2	-		2	смешанная форма практического занятия						10	Подготовка индивидуальных заданий презентация
		Тема 4. Организация деятельности	2	лекц	2							11	Подготовка



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации					
		предприятий питания; инновационные способы обслуживания на предприятиях питания		ия – диалог										индивидуальных заданий реферат
11-13/5		Тема 5. Калькуляция стоимости гостиничных услуг Контрольная точка №3	2	лекция – диалог	2								13	работа с литературой и Интернет-ресурсам
14-17/5		Тема 6. Тренинг по организации эффективного обслуживания	-		2	тренинг							13	Подготовка индивидуальных заданий по групповому проекту



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения										
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации				
18/5		Групповой (индивидуальный) проект Контрольная точка №4										18	Подготовка индивидуальных заданий по групповому проекту
		Консультация Промежуточная аттестация - Экзамен – 2 часа							2	групп.			



Заочная форма обучения

Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения												
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия,	Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации					
1-4/4	Модуль 1. Организация обслуживания в туризме Раздел 1. Теоретические основы обслуживания	Тема 1. Факторы сервисной трансформации в современном обществе	-		-									10	работа с литературой и Интернет-ресурсами
5-8/4		Тема 2. Сервисное управление моделированием туристского продукта Тема 3. Планирование обслуживания Контрольная точка №1	1	проблемная лекция	-	2	смешанная форма практи. занятия							4 10	подготовка индивидуальных заданий: реферат работа с литературой и Интернет-ресурс



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения										
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации				
													ами
	Раздел 2. Организация обслуживания в туриндустрии	Тема 4. Организация турагентской деятельности	-		2	смешанная форма практ. занятия						4	работа с литературой и Интернет-ресурсами
		Тема 5. Организация туроператорской деятельности	2	лекция – диалог	-							4	
		Тема 6. Информационное обеспечение туристской деятельности, системы бронирования в туризме, мобильный туроперейтинг										4	



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем									СРО, акад. часов	Форма проведения СРО	
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия,	Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час					Форма проведения Консультации
		Тема 6. Информационное обеспечение туристской деятельности, системы бронирования в туризме, мобильный туроперейтинг Контрольная точка №2	-		2	смешанная форма практ. занятия							4	подготовка индивидуальных заданий :презентация
		Тема 7. Расчет стоимости туристских услуг и продуктов Контрольная точка №3	1	лекция – диалог	2	смешанная форма практ. занятия							4	
		Контрольная точка №2 Тема 7. Расчет стоимости туристских услуг и продуктов Контрольная точка №3											4	



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения										
			Контактная работа обучающихся с преподавателем									СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия,	Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час				
		Тема 8. Организация внутреннего туризма	-		-							10	работа с литературой и Интернет-ресурсами
		Тема 9. Организация въездного туризма	-		-							10	
		Тема 10. Организация выездного туризма	-		-							10	работа с литературой и Интернет-ресурсами



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации					
17-18/4		Тема 11. Особенности организации обслуживания различных категорий туристов	1	лекция-дискуссия	-								10	подготовка индивидуальных заданий :презентация



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения												
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, академических часов	Форма проведения СРО			
			Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, форма проведения	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Консультации, академических часов	Форма проведения Консультации	СРО, академических часов			Форма проведения СРО		
17-18/6		Групповой (индивидуальный) проект Контрольная точка №4 Консультация			2								14	подготовка индивидуальных заданий, презентации	
17-18/4	Модуль 2. Организация обслуживания в гостиничном бизнесе	Промежуточная аттестация – зачет 2 часа													
1-4/5	Раздел 1. Управление процессом обслуживания	Тема 1. Методы проектирования обслуживания в гостиничном бизнесе Контрольная точка №1			2	смешанная форма практического занятия							14	Работа с литературой и Интернет-ресурсами	



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем								СРО, акад. часов	Форма проведения СРО		
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации					
5-9/5	Раздел 2. Особенности организации обслуживания в гостиничном бизнесе	Тема 2. Организация гостиничной деятельности; инновационные технологии обслуживания в гостиничном бизнесе	-		2	практ. занятие - беседа							14	Подготовка индивидуальных заданий презентация
9-11/5		Тема 3. Организация услуг развлечения; инновационные методы в организации досуговой деятельности	-		1	смешанная форма практического занятия							14	Подготовка индивидуальных заданий презентация
		Контрольная точка №2												
		Тема 4. Организация деятельности предприятий питания; инновационные способы обслуживания на предприятиях питания	2	лекция – диалог	-								13	Подготовка индивидуальных заданий реферат



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, академических часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, академических часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, Форма проведения	Семинары, академических часов	Форма проведения семинара	Консультации, академических часов	Форма проведения Консультации					
11-13/5		Тема 5. Калькуляция стоимости гостиничных услуг Контрольная точка №3	2	лекция – диалог	-								13	работа с литературой и Интернет-ресурсам
14-17/5		Тема 6. Тренинг по организации эффективного обслуживания	-		1	тренинг							13	Подготовка индивидуальных заданий по групповому проекту
18/5		Групповой (индивидуальный) проект Контрольная точка №4											13	Подготовка индивидуальных заданий по групповому проекту



Номер недели семестра	Наименование раздела	Наименование тем лекций, практических работ, лабораторных работ, семинаров, СРС	Виды учебных занятий и формы их проведения											
			Контактная работа обучающихся с преподавателем										СРО, акад. часов	Форма проведения СРО
			Занятия лекционного типа, акад. часов	Форма проведения занятия	Практические занятия, Форма проведения	Семинары, акад. часов	Форма проведения семинара	Консультации, акад. час	Форма проведения Консультации					
		Консультация Промежуточная аттестация - Экзамен – 2 часа							2	групп.				



6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Для самостоятельной работы по дисциплине обучающиеся используют следующее учебно-методическое обеспечение:

1. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в том числе журналы открытого доступа, словари, электронные библиотечные системы, информационные справочные системы
2. ЭБС Научно-технической библиотеки Университета

Очная форма обучения

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
<i>Модуль 1 Организация обслуживания в туризме - 4 семестр</i>		
1.	Тема 2. . Сервисное управление моделированием туристского продукта, 6 час.	1. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400614
2.	Тема 3. .Планирование обслуживания, 4 час.	2. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=473650
3.	Тема 8. Организация внутреннего туризма., 8 час.	3. Организация сервисного обслуживания в туризме: Учебное пособие / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478441
4.	Тема 11. Особенности организации обслуживания различных категорий туристов , 8 час.	4. Технологии организации туроператорской деятельности (для бакалавров). Учебник : учебник / А.С. Кусков, Н.В. Сирик. — Москва : КноРус, 2018 Режим доступа: https://www.book.ru/book/926585
5.	Групповой проект, 8 час.	5. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебно-методическое пособие / Т.А. Кольчугина. — Москва : КноРус, 2016. Режим доступа: https://www.book.ru/book/925872 6. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468869
<i>Модуль 2. Организация обслуживания в гостиничном бизнесе - 5 семестр</i>		
1.	Тема 1. Методы проектирования обслуживания в гостиничном бизнесе , 16 час.	1. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400614
2.	Тема 5. .Калькуляция стоимости гостиничных услуг, 4 час.	2. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=473650
3.	Тема 6. Тренинг по организации эффективного обслуживания , 4 час.	3. Организация сервисного обслуживания в туризме: Учебное пособие / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478441
4.	Групповой проект, 10 час.	4. Технологии организации туроператорской



		деятельности (для бакалавров). Учебник : учебник / А.С. Кусков, Н.В. Сирик. — Москва : КноРус, 2018 Режим доступа: https://www.book.ru/book/926585 5. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебно-методическое пособие / Т.А. Кольчугина. — Москва : КноРус, 2016. Режим доступа: https://www.book.ru/book/925872 6. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468869
--	--	---

Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
<i>Модуль 1 Организация обслуживания в туризме - 7 семестр</i>		
1.	Тема 1. Факторы сервисной трансформации в современном обществе 5 час.	1. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400614
2.	Тема 2. . Сервисное управление моделированием туристского продукта, 4 час.	2. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=473650
3.	Тема 3. . Планирование обслуживания, 5 час.	3. Организация сервисного обслуживания в туризме: Учебное пособие / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478441
4.	Тема 4. Организация турагентской деятельности, 4 час.	4. Технологии организации туроператорской деятельности (для бакалавров). Учебник : учебник / А.С. Кусков, Н.В. Сирик. — Москва : КноРус, 2018 Режим доступа: https://www.book.ru/book/926585
5.	Тема 5. Организация туроператорской деятельности, 4 час.	5. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебно-методическое пособие / Т.А. Кольчугина. — Москва : КноРус, 2016. Режим доступа: https://www.book.ru/book/925872
6.	Тема 6. Информационное обеспечение туристской деятельности, 4 час.	6. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468869
7.	Тема 7. Расчет стоимости туристских 10 час.	
8.	Тема 8. Организация внутреннего туризма., 6 час.	
9.	Тема 9. Организация въездного туризма, 10 час.	
10.	Тема 10. Организация выездного туризма, 10 час.	
11.	Тема 11. Особенности организации обслуживания различных категорий туристов, 12 час.	
12.	Групповой проект, 14 час.	
<i>Модуль 2. Организация обслуживания в гостиничном бизнесе- 8 семестр</i>		
1.	Тема 1. Методы проектирования обслуживания в гостиничном бизнесе , 10 час.	1. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400614
2.	Тема 2. Организация гостиничной деятельности; инновационные технологии обслуживания в гостиничном бизнесе, 10 час.	2. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 Режим доступа
3.	Тема 3. Организация услуг развлечения; инновационные методы в организации досуговой деятельности, 11 час.	



4.	Тема 4. Организация деятельности предприятий питания; инновационные способы обслуживания на предприятиях питания, 13 час.	http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=473650
5.	Тема 5. Калькуляция стоимости гостиничных услуг, 13 час.	3. Организация сервисного обслуживания в туризме: Учебное пособие / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478441
6.	Тема 6. Тренинг по организации эффективного обслуживания, 13 час.	4. Технологии организации туроператорской деятельности (для бакалавров). Учебник : учебник / А.С. Кусков, Н.В. Сирик. — Москва : КноРус, 2018 Режим доступа: https://www.book.ru/book/926585
7.	Групповой проект, 18 час.	5. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебно-методическое пособие / Т.А. Кольчугина. — Москва : КноРус, 2016. Режим доступа: https://www.book.ru/book/925872 6. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468869

Заочная форма обучения

№ п/п	Тема, трудоемкость в акад.ч.	Учебно-методическое обеспечение
<i>Модуль 1 Организация обслуживания в туризме - 7 семестр</i>		
1.	Тема 1. Факторы сервисной трансформации в современном обществе 10 час.	1. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400614
2.	Тема 2. Сервисное управление моделированием туристского продукта, 4 час.	2. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=473650
3.	Тема 3. Планирование обслуживания, 10 час.	3. Организация сервисного обслуживания в туризме: Учебное пособие / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478441
4.	Тема 4. Организация турагентской деятельности, 4 час.	4. Технологии организации туроператорской деятельности (для бакалавров). Учебник : учебник / А.С. Кусков, Н.В. Сирик. — Москва : КноРус, 2018 Режим доступа: https://www.book.ru/book/926585
5.	Тема 5. Организация туроператорской деятельности, 4 час.	5. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебно-методическое пособие / Т.А. Кольчугина. — Москва : КноРус, 2016. Режим доступа: https://www.book.ru/book/925872
6.	Тема 6. Информационное обеспечение туристской деятельности, 4 час.	6. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468869
7.	Тема 7. Расчет стоимости туристских 4 час.	
8.	Тема 8. Организация внутреннего туризма., 10 час.	
9.	Тема 9. Организация въездного туризма, 10 час.	
10.	Тема 10. Организация выездного туризма, 10 час.	
11.	Тема 11. Особенности организации обслуживания различных категорий	



	туристов, 10 час.	
12.	Групповой проект, 14 час.	
Модуль 2. Организация обслуживания в гостиничном бизнесе- 8 семестр		
1.	Тема 1. Методы проектирования обслуживания в гостиничном бизнесе, 14 час.	1. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400614
2.	Тема 2. Организация гостиничной деятельности; инновационные технологии обслуживания в гостиничном бизнесе, 14 час.	2. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=473650
3.	Тема 3. Организация услуг развлечения; инновационные методы в организации досуговой деятельности, 14 час.	3. Организация сервисного обслуживания в туризме: Учебное пособие / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478441
4.	Тема 4. Организация деятельности предприятий питания; инновационные способы обслуживания на предприятиях питания, 13 час.	4. Технологии организации туроператорской деятельности (для бакалавров). Учебник : учебник / А.С. Кусков, Н.В. Сирик. — Москва : КноРус, 2018 Режим доступа: https://www.book.ru/book/926585
5.	Тема 5. Калькуляция стоимости гостиничных услуг, 13 час.	5. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебно-методическое пособие / Т.А. Кольчугина. — Москва : КноРус, 2016. Режим доступа: https://www.book.ru/book/925872
6.	Тема 6. Тренинг по организации эффективного обслуживания, 13 час.	6. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468869
7.	Групповой проект, 13 час.	

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

№ пп	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции (или ее части) обучающийся должен:		
				знать	уметь	владеть
1.	ОПК-1	владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности	Модуль 1. Раздел 1. Теоретические основы обслуживания Модуль 2. Раздел 1. Управление процессом обслуживания	основные нормативные документы по организации обслуживания потребителей в сфере туризма и гостеприимства	анализировать и использовать в своей профессиональной деятельности правовые и нормативные документы	навыками поиска и обоснования принятых решений положениями соответствующих их нормативных документов



ПК-12	умением организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)	Модуль 1 Организация обслуживания в туризме Модуль 2. Организация обслуживания в гостиничном бизнесе	основы организации и поддержки связи с деловыми партнерами, методы обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации	организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации	навыками организации и поддержания связи с деловыми партнерами для организации обслуживания в туризме и гостиничном бизнесе
ДОПК -1	способностью к организации коммуникационного процесса с потребителем туров и услуг гостеприимства	Модуль 1. Раздел 2. Организация обслуживания в туризме	основы коммуникационных процессов в туризме	использовать приемы организации эффективной коммуникации с потребителем	навыками применения на практике методов организации коммуникационной деятельности предприятий туризме
ДОПК -3	способностью организовать процесс оказания туров и услуг гостеприимства потребителям	Модуль 2. Раздел 2. Особенности организации обслуживания в гостиничном бизнесе	этапы и методы организации процесса оказания услуг	организовать процесс оказания туров и услуг гостеприимства	приемами оказания качественных услуг сферы туризма и гостеприимства
ДПК- 5	владением приемами современной организации обслуживания на предприятиях (организациях) туристической и индустрии гостеприимства	Модуль 1. Раздел 2. Организация обслуживания в туризме Модуль 2. Раздел 2. Особенности организации обслуживания в гостиничном бизнесе	основные правила работы в команде с социальными, этническими, конфессиональными и культурными различиями	применять на практике знания основных правил работы в команде с социальными, этническими, конфессиональными и культурными различиями	навыками работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия



7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на разных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Результат обучения по дисциплине	Показатель оценивания	Критерий оценивания	Этап освоения компетенции
<p>Знание: основные нормативные документы по организации обслуживания потребителей в сфере туризма и гостеприимства</p> <p>Умение. анализировать и использовать в своей профессиональной деятельности правовые и нормативные документы</p> <p>Владение навыками поиска и обоснования принятых решений положениями соответствующих нормативных документов</p>	<p>Подготовка и презентация индивидуального доклада по одной из проблемных тем раздела,</p>	<p>Студент обладает знанием основных нормативных документов по организации обслуживания потребителей в сфере туризма и гостеприимства</p> <p>Демонстрирует умение анализировать и использовать в своей профессиональной деятельности правовые и нормативные документы</p> <p>Студент овладел практическими навыками поиска и обоснования принятых решений положениями соответствующих нормативных документов</p>	<p>закрепление владением навыками поиска, анализа и использования нормативных и правовых документов в своей профессиональной деятельности</p>
<p>Знание: основы организации и поддержки связи с деловыми партнерами, методы обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации</p> <p>Умение: организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации</p> <p>Владение: навыками организации и поддержания связи с деловыми партнерами для организации обслуживания в туризме и гостиничном бизнесе</p>	<p>Подготовка и презентация индивидуального доклада по одной из проблемных тем раздела</p>	<p>Студент обладает знанием основ организации и поддержки связи с деловыми партнерами, методы обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации.</p> <p>Демонстрирует умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации.</p> <p>Студент овладел навыками организации и поддержания связи с деловыми партнерами для организации обслуживания в туризме и гостиничном бизнесе</p>	<p>закрепление умения организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p>



<p>Знание: основы коммуникационных процессов в туриндустрии</p> <p>Умение. использовать приемы организации эффективной коммуникации с потребителем</p> <p>Владение навыками применения на практике методов организации коммуникационной деятельности предприятий туриндустрии</p>	<p>Подготовка и презентация индивидуального доклада по одной из проблемных тем раздела, разбор ситуаций, решение задач, выполнение практических заданий, групповой (индивидуальный) проект</p>	<p>Студент обладает знанием основ коммуникационных процессов в туриндустрии</p> <p>Демонстрирует умение использовать приемы организации эффективной коммуникации с потребителем</p> <p>Студент овладел практическими навыками применения на практике методов организации коммуникационной деятельности предприятий туриндустрии</p>	<p>использование способности применять на практике методы организации коммуникационной деятельности предприятий туриндустрии</p>
<p>Знание этапы и методы организации процесса оказания услуг</p> <p>Умение организовать процесс оказания туруслуг и услуг гостеприимства</p> <p>Владение приемами оказания качественных услуг сферы туризма и гостеприимства</p>	<p>разбор ситуаций, решение задач, выполнение практических заданий, групповой (индивидуальный) проект</p>	<p>Студент обладает знанием этапов и методов организации процесса оказания услуг</p> <p>Демонстрирует умение организовать процесс оказания туруслуг и услуг гостеприимства</p> <p>Студент овладел практическими приемами оказания качественных услуг сферы туризма и гостеприимства</p>	<p>использование способности организовать процесс оказания туруслуг и услуг гостеприимства потребителям</p>
<p>Знание основные правила работы в команде с социальными этническими, конфессиональными и культурными различиями</p>	<p>, разбор ситуаций, решение задач, выполнение практических заданий, групповой (индивидуальный)</p>	<p>Студент обладает знанием основных правил работы в команде с социальными этническими, конфессиональными и культурными различиями</p>	<p>закрепление владения приемами современной организации обслуживания на предприятиях</p>



<p>Умение применять на практике знания основных правил работы в команде с социальными, этническими, конфессиональными и культурными различиями</p> <p>Владение навыками работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>проект</p>	<p>Демонстрирует умение применять на практике знания основных правил работы в команде с социальными, этническими, конфессиональными и культурными различиями</p> <p>Студент овладел практическими навыками работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p>	<p>(организациях) туристической и промышленности гостеприимства</p>
--	---------------	---	---

Критерии и шкала оценивания освоения этапов компетенций на промежуточной аттестации

В качестве внутренней шкалы текущих оценок используется 80 балльная оценка обучающихся, как правило, по трем критериям: посещаемость, текущий контроль успеваемости, активность на учебных занятиях.

Рейтинговая оценка обучающихся по каждой дисциплине независимо от ее общей трудоемкости (без учета результатов экзамена/дифференцированного зачета) определяется по 80-балльной шкале в каждом семестре. Распределение баллов между видами контроля рекомендуется устанавливать в следующем соотношении:

-посещение учебных занятий (до 30 баллов за посещение всех занятий);

-текущий контроль успеваемости (до 50 баллов), в том числе:

1 задание текущего контроля (0-10 баллов)

2 задание текущего контроля (0-10 баллов)

3 задание текущего контроля (0-10 баллов)

4 задание текущего контроля (0-15 баллов);

Результаты текущего контроля успеваемости при выставлении оценки в ходе промежуточной аттестации следующим образом.

Оценка «отлично» может быть выставлена только по результатам сдачи экзамена/дифференцированного зачета. Автоматическое проставление оценки «отлично» не допускается.

Если по результатам текущего контроля обучающийся набрал:

71-80 балл — имеет право получить «автоматом» «зачтено» или оценку «хорошо»;

62-70 баллов — имеет право получить «автоматом» «зачтено» или оценку «удовлетворительно»;

51-61 балл — обязан сдавать зачет/экзамен;

50 баллов и ниже — не допуск к зачету/экзамену.



Технология выставления итоговой оценки, в том числе перевод в итоговую 5-балльную шкалу оценки определяется следующим образом:

Таблица перевода рейтинговых баллов в итоговую 5 — балльную оценку

Баллы за семестр	Автоматическая оценка		Баллы за зачет/экзамен		Общая сумма баллов	Итоговая оценка
	зачтено	экзамен	min	max		
71-80	зачтено	4 (хорошо)	18	20	89-90	4 (хорошо)
					91-100	5 (отлично)
62-70	зачтено	3 (удовлетворительно)	15	20	77-99	4 (хорошо)
51-61	Допуск к зачету/экзамену		11	20	62-75	3 (удовлетворительно)
					76-81	4 (хорошо)
50 и менее	Не допуск к зачету, экзамену					

Виды средств оценивания, применяемых при проведении текущего контроля и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении отдельных форм текущего контроля

Средство оценивания – доклад с презентацией

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при докладе с презентацией

Предел длительности контроля	10 мин.
Критерии оценки	- полнота раскрытия темы доклада, - уровень владения материалом, - наличие презентационных навыков, - обоснованность и креативность выводов
Показатели оценки	максимум 10 баллов
9 – 10 баллов	тема раскрыта полностью, отличные презентационные навыки выступления, умение держаться перед аудиторией, ярко выражены невербальные навыки
7 – 8 баллов	тема раскрыта полностью, но не очень выражены презентационные навыки, студент не может ответить на вопросы аудитории по теме выступления
5 – 6 баллов	тема раскрыта поверхностно с ограниченным набором слайдов
3-4 балла	тема не полностью раскрыта, имеются существенные пробелы во владении материалом, выводы не обоснованы
1-2 балла	тема не соответствует выданному заданию
0 баллов	доклад не подготовлен

Средство оценивания - выполнение группового проекта

Шкала оценки уровня знаний, умений и навыков при выполнении группового проекта

Предел длительности	30 мин.
---------------------	---------



контроля	
Критерии оценки	<ul style="list-style-type: none">– было сформулировано и проанализировано большинство проблем, заложенных в проекте;– были продемонстрированы адекватные аналитические методы при работе с информацией;– были использованы дополнительные источники информации для реализации группового проекта;– были выполнены все необходимые расчеты;– подготовленные в ходе выполнения проекта документы соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;– выводы обоснованы, аргументы весомы;– сделаны собственные выводы, выявлены недостатки и предложены практические рекомендации
Показатели оценки	макс 15 баллов
0 баллов	проект не подготовлен;
1–2 балла	подготовлен, но тема раскрыта не полностью
3–4 балла	проект подготовлен, но содержит ошибки и неточности формулировок
5–7 баллов	проект подготовлен, но не достаточен по объему
8–10 баллов	проект подготовлен, но отсутствует презентация
11–12 баллов	проект подготовлен, текстовая часть соответствует всем требованиям, но презентация условна
13–15 баллов	все требования соблюдены, презентация полностью раскрывает тему проекта

Виды средств оценивания, применяемых при проведении промежуточной аттестации, и шкалы оценки уровня знаний, умений и навыков при их выполнении

Форма промежуточной аттестации – зачет

Зачет проводится в виде тестирования

Промежуточная аттестация	Критерии оценивания	Показатели оценивания
«Зачет»	Тестирование – 20 заданий	20 правильных ответов - десять баллов, зачет; 18-19 правильных ответов - 9 баллов, зачет; подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой. 16-17 правильных ответов - 8 баллов, зачет; 14-15 правильных ответов - 7 баллов, зачет; в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой



		12-13 правильных ответов.-6 баллов, зачет, 10-11 правильных ответов -5 баллов, зачет подтверждено освоение компетенций, предусмотренных программой, на минимально допустимом уровне
«Незачет»	Тестирование – 20 заданий	менее 10 правильных ответов - повторное тестирование, незачет; не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой

Форма промежуточной аттестации – экзамен

Экзамен проводится в письменном виде и включает 2 теоретических вопроса и 2 задачи

Оценка	Критерии оценивания	Показатели оценивания
5 «отлично»	<p>Теоретические вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – полнота раскрытия содержания вопросов; - грамотность изложения в определенной логической последовательности; - использование терминологии; - демонстрация усвоения ранее изученных сопутствующих вопросов, устойчивость знаний <p>Задача 1:</p>	<p>Теоретические вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обучающийся показывает всесторонние и глубокие знания программного материала, – последовательно и четко отвечает на вопросы, – демонстрирует способность, делать правильные выводы, проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании программного материала; – подтверждает полное освоение компетенций,



	<ul style="list-style-type: none">- правильность и полнота решения,- использование различных способов решения,- верный алгоритм решения,- обоснованность выводов,- демонстрация умений и навыков <p>Задача 2 (ситуационная):</p> <ul style="list-style-type: none">- формулировка и анализ проблем, заложенных в кейсе (задаче);- использование аналитических методов при работе с информацией;- использование дополнительных источников информации для решения кейса(задачи);- были выполнены все необходимые расчеты;- соответствие подготовленных в ходе решения кейса документов требованиям к ним по смыслу и содержанию;- обоснованность выводов и аргументов	<p>предусмотренных программой</p> <p>Задача 1:</p> <ul style="list-style-type: none">- задача решена правильно и в полном объеме,- использованы как минимум 2 различных способа решения,- применен верный алгоритм решения,- выводы обоснованы и раскрывают суть и содержание задачи,- подтверждает овладение умениями и навыками в рамках компетенций, предусмотренных программой <p>Задача 2 (ситуационная):</p> <ul style="list-style-type: none">- сформулированы и проанализированы большинство проблем, заложенных в кейсе (задаче);- использует несколько аналитических методов при работе с информацией,- использованы дополнительные источники информации для решения кейса(задачи),- были выполнены все необходимые расчеты,- подготовленные в ходе решения кейса документы соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;- выводы обоснованы, аргументы весомы,- подтверждает овладение умениями и навыками в рамках компетенций, предусмотренных программой
--	---	--



<p>4 «хорошо»</p>	<p>Теоретические вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none">- полнота раскрытия содержания вопроса;- грамотность изложения в определенной логической последовательности;- использование терминологии;- демонстрация усвоения ранее изученных сопутствующих вопросов, устойчивость знаний <p>Задача 1:</p> <ul style="list-style-type: none">- правильность и полнота решения,- использование различных способов решения,- верный алгоритм решения,- обоснованность выводов,- демонстрация умений и навыков <p>Задача 2 (ситуационная):</p> <ul style="list-style-type: none">- формулировка и анализ проблем, заложенных в кейсе (задаче);- использование аналитических методов при работе с информацией;- использование	<p>Теоретические вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none">- обучающийся показывает достаточно полное знание программного материала, основной и дополнительной литературы;- дает подробный ответ на вопросы, допуская некоторые неточности;- демонстрирует хороший уровень освоения материала и в целом подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой <p>Задача 1:</p> <ul style="list-style-type: none">- задача решена в целом правильно,- использованы как минимум 2 различных способа решения,- алгоритм решения в целом верный,- выводы обоснованы, но не полностью раскрывают суть и содержание задачи,- в целом продемонстрированы необходимые умения и навыки в рамках компетенций, предусмотренных программой <p>Задача 2 (ситуационная):</p> <ul style="list-style-type: none">- сформулированы и проанализированы не все проблемы, заложенные в кейсе (задаче);- использует 2-3 аналитических метода при
-----------------------	--	--



	<p>дополнительных источников информации для решения кейса(задачи);</p> <ul style="list-style-type: none">- были выполнены все необходимые расчеты;- соответствие подготовленных в ходе решения кейса документов требованиям к ним по смыслу и содержанию;- обоснованность выводов и аргументов	<p>работе с информацией,</p> <ul style="list-style-type: none">- не использованы дополнительные источники информации для решения кейса(задачи),- были выполнены большинство необходимых расчетов,- подготовленные в ходе решения кейса документы в основном соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;- выводы достаточно обоснованы,- в целом подтверждает овладение умениями и навыками в рамках компетенций, предусмотренных программой
<p>3 «удовлетворительно»</p>	<p>Теоретические вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none">- полнота раскрытия содержания вопроса;- грамотность изложения в определенной логической последовательности;- использование терминологии;- демонстрация усвоения ранее изученных сопутствующих вопросов, устойчивость знаний <p>Задача 1:</p> <ul style="list-style-type: none">- правильность и полнота решения,- использование различных способов решения,- верный алгоритм решения,- обоснованность выводов,	<p>Теоретические вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none">- неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопросов и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала;- усвоены основные категории по рассматриваемым вопросам;- имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии,- при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций <p>Задача 1:</p> <ul style="list-style-type: none">- задача решена, но не в полном объеме,- алгоритм решения в целом верный,- выводы неполные,



	<p>- демонстрация умений и навыков</p> <p>Задача 2 (ситуационная):</p> <ul style="list-style-type: none">- формулировка и анализ проблем, заложенных в кейсе (задаче);- использование аналитических методов при работе с информацией;- использование дополнительных источников информации для решения кейса(задачи);- были выполнены все необходимые расчеты;- соответствие подготовленных в ходе решения кейса документов требованиям к ним по смыслу и содержанию;- обоснованность выводов и аргументов	<p>сделаны по отдельным элементам задачи,</p> <ul style="list-style-type: none">- подтверждено овладение умениями и навыками, предусмотренными компетенциями программы, на минимально допустимом уровне <p>Задача 2 (ситуационная):</p> <ul style="list-style-type: none">- сформулированы, но подробно не проанализированы проблемы, заложенные в кейсе (задаче);- использует 1 аналитический метод при работе с информацией,- не использованы дополнительные источники информации для решения кейса (задачи),- были выполнены часть необходимых расчетов,- подготовленные в ходе решения кейса документы не полностью соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;- выводы в целом обоснованы,- подтверждено овладение умениями и навыками, предусмотренными компетенциями программы, на минимально допустимом уровне.
<p>2 «неудовлетворительно»</p>	<p>Теоретические вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none">- полнота раскрытия содержания вопроса;- грамотность изложения в определенной логической последовательности;- использование терминологии;- демонстрация усвоения ранее изученных сопутствующих вопросов, устойчивость знаний	<p>Теоретические вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none">- не раскрыто основное содержание одного или обоих вопросов,- обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала;- допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии,- обучающийся не способен



	<p>Задача 1:</p> <ul style="list-style-type: none">- правильность и полнота решения,- использование различных способов решения,- верный алгоритм решения,- обоснованность выводов,- демонстрация умений и навыков <p>Задача 2 (ситуационная):</p> <ul style="list-style-type: none">- формулировка и анализ проблем, заложенных в кейсе (задаче);- использование аналитических методов при работе с информацией;- использование дополнительных источников информации для решения кейса(задачи);- были выполнены все необходимые расчеты;- соответствие подготовленных в ходе решения кейса документов требованиям к ним по смыслу и содержанию;- обоснованность выводов и аргументов	<p>аргументированно и последовательно излагать один или оба вопроса, допускает грубые ошибки,</p> <p>– не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой</p> <p>Задача 1:</p> <ul style="list-style-type: none">- задача не решена- не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой <p>Задача 2 (ситуационная):</p> <p>сформулированы, но не проанализированы проблемы, заложенные в кейсе (задаче);</p> <ul style="list-style-type: none">- использует неправильно аналитические методы при работе с информацией,- не использованы дополнительные источники информации для решения кейса (задачи),- не была выполнена основная часть необходимых расчетов,- подготовленные в ходе решения кейса документы не соответствуют требованиям к ним по смыслу и содержанию;- выводы не обоснованы,- не подтверждает освоение компетенций, предусмотренных программой
--	---	--

7.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.



Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
5	Модуль 1. Раздел 1. Теоретические основы обслуживания	Подготовка и презентация индивидуального доклада по одной из проблемных тем раздела (текущий контроль осуществляется на практическом занятии указанной недели)	Творческий подход, креативность, полная самостоятельность. – max.7 баллов; Интересная презентация - max.3 балла
9	Раздел 2. Организация обслуживания в туриндустрии	Подготовка и презентация индивидуального доклада по одной из проблемных тем раздела, разбор ситуаций (текущий контроль осуществляется на практическом занятии указанной недели)	Творческий подход, креативность, полная самостоятельность. – max.7 баллов; Интересная презентация - max.3 балла
13	Раздел 2. Организация обслуживания в туриндустрии	Решение задач (2 задачи), выполнение контрольных заданий	Правильное решение - max.10 баллов
18	Раздел 2. Организация обслуживания в туриндустрии	Групповой (индивидуальный) проект	Проект оценивается следующим образом: Доклад – 5 баллов; Презентация – 10 баллов; Защита – 10 баллов; Действие в команде – 5 баллов.
18	Модуль 1. Раздел 1. Теоретические основы обслуживания Раздел 2. Организация обслуживания в туриндустрии	Зачет* в форме тестирования	Ответить на вопросы и выполнить задания теста (20 заданий)
5	Модуль 2. Раздел 1. Управление процессом обслуживания	Выполнение и презентация результатов индивидуальной работы обучающегося, разбор	Творческий подход, креативность, полная самостоятельность. – max.7 баллов; Интересная презентация - max.3 балла



Номер недели семестра	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции (или ее части)	Вид и содержание контрольного задания	Требования к выполнению контрольного задания и срокам сдачи
		ситуаций (текущий контроль осуществляется на практическом занятии указанной недели)	
9	Модуль 2. Раздел 2. Особенности организации обслуживания в гостиничном бизнесе	Подготовка и презентация индивидуального доклада по одной из проблемных тем раздела (текущий контроль осуществляется на практическом занятии указанной недели)	Творческий подход, креативность, полная самостоятельность. – max.7 баллов; Интересная презентация - max.3 балла
13	Модуль 2. Раздел 2. Особенности организации обслуживания в гостиничном бизнесе	Решение задач (2 задачи), выполнение контрольных заданий	Правильное решение - max.10 баллов
18	Модуль 2. Раздел 1. Управление процессом обслуживания Раздел 2. Особенности организации обслуживания в гостиничном бизнесе	Групповой (индивидуальный) проект	Проект оценивается следующим образом: Доклад – 5 баллов; Презентация – 10 баллов; Защита – 10 баллов; Действие в команде – 5 баллов.
	Модуль 1. Раздел 1. Теоретические основы обслуживания Раздел 2. Организация обслуживания в туристической индустрии Модуль 2. Раздел 1. Управление процессом обслуживания Раздел 2. Особенности организации обслуживания в гостиничном бизнесе	Экзамен*: 2 теоретических вопроса и 2 задачи	5 («отлично») – полностью раскрыты теоретические вопросы и правильно решены обе задачи; 4 («хорошо») – теоретические вопросы в целом раскрыты, одна задача решена правильно, к решению другой имеются несущественные замечания; 3 («удовлетворительно») - теоретические вопросы в целом раскрыты, одна задача решена правильно, к решению другой имеются существенные замечания; 2 («неудовлетворительно») - теоретические вопросы в основном раскрыты, к решению одной задачи имеются существенные замечания, другая не решена.

*в том случае, если студент не согласен с полученными по БРТ баллами



1. Тестовые задания к зачету.

Проверочные тесты

1. Какие условия необходимы для развития туризма

- а) политическая стабильность, развитие транспортной индустрии, развитие местной промышленности;
- б) природные богатства, инфраструктура, материальная база, транспортные услуги, ресурсы гостеприимства.
- в) все выше перечисленное

2. Основные отличия туриста от экскурсанта

- а) в организации посещения другой местности;
- б) в целях путешествия;
- в) в длительности путешествия.

3. Каким образом подразделяются по построению трассы маршруты

- а) линейные и кольцевые, радиальные;
- б) стационарные и кольцевые, радиальные;
- в) линейные, стационарные.

4. Дайте определение понятия «Тур»

- а) Организованная совокупность услуг во время путешествия;
- б) Это индивидуальная или групповая поездка по определенному туристскому маршруту в конкретно определенный срок;
- в) Распространенный в туризме вид продажи товара, когда несколько услуг реализуются в наборе.

5. Туристский маршрут - это

- а) заранее спланированная трасса передвижения туристов, рассчитанная по времени с целью получения предусмотренных программой обслуживания услуг;
- б) путь передвижения путешественников, рассчитанный по времени с целью получения экскурсионных услуг;
- в) все вышеперечисленное.

6. Специалист, занимающийся разработкой индивидуальных и коллективных программ досуга

- а) туроператор ;
- б) аниматор ;
- в) сценарист;

7. Основные услуги:

- а) услуги, включенные в стоимость тура;
- б) услуги, включенные в турпутевку;
- в) все вышеперечисленное.

8. Найдите соответствия: Город – Достопримечательность

- а) Владимир а) Памятник «Тысячелетие России»
- б) Волгоград б) Эрмитаж
- в) Кострома в) Мамаев Курган
- д) Москва д) Золотые Ворота
- е) Новгород е) Ипатьевский монастырь
- ж) Санкт-Петербург ж) Колокольня Ивана Великого



9. Найдите соответствия: Город – Достопримечательность

- а) Берлин а) Цвингер
- б) Париж б) Колизей
- в) Афины в) Версаль
- д) Рим д) Бранденбургские ворота
- е) Солт-Лейк-Сити е) Акрополь
- ж) Дрезден ж) Великий Храм Мормонов
- з) Мадрид з) Риксмузеум
- и) Флоренция и) Музей Прадо
- к) Амстердам к) Галерея Уффици

10. Найдите соответствия распространенных определений следующих городов:

- 1. Багдад а) «гранитный город»
- 2. Стамбул б) «жемчужина пустыни»
- 3. Дамаск в) «город лилии»
- 4. Париж г) «город золотого рога»
- 5. Абердин (Шотландия) д) «город мира»

11. Фирме-туроператору требуется автобус для проведения экскурсий. Организовать экскурсии планируется через каждые семь туродней. Запланированный пробег за год составляет 10 000 км. Туристическая фирма может использовать транспорт сторонней организации. При этом стоимость одного километровой пробега составляет 23 долл. Если приобрести автобус в собственность, то накладные (постоянные) затраты будут равны 5000 долл. Основные переменные затраты составят 12 долл. за километр. Требуется выбрать более эффективный вариант: пользоваться арендованным автобусом сторонней организации или использовать собственный транспорт.

- а) пользоваться арендованным автобусом сторонней организации
- б) использовать собственный транспорт.

12. Установите соответствие: Тип климата - Город

- а) Арктический а) Лондон
- б) Умеренный б) Владивосток
- в) Средиземноморский в) Сингапур
- г) Муссонный г) Барселона
- д) Экваториальный д) Тикси

13. Определите, какая страна из перечисленных не омывается водами Средиземного моря

- а) Сирия;
- б) Израиль;
- в) Турция;
- г) Ливан;
- д) Иордания;
- е) Греция;
- ж) Албания;
- з) Египет;
- и) Ливия;
- к) Алжир.

14. Укажите название единственного морского порта Словении

- а) Котор;
- б) Дуррес;
- в) Пирей ;



- г) Измир;
- д) Копер;
- е) Ливерпуль;
- ж) Эдинбург;
- з) Риека.

15. Укажите, какой известный физико-географический объект объединяет Францию, Италию, Швейцарию, Германию, Австрию, Лихтенштейн, и определите государства, которые могут их дополнить

- а) Хорватия;
- б) Болгария;
- в) Македония;
- г) Словения;
- д) Греция;
- е) Монако

16. По признаку географического положения найдите исключение из логики

- а) Испания;
- б) Греция;
- в) Албания;
- г) Сирия;
- д) Пакистан;
- е) Непал;
- ж) Мьянма;
- з) Гана;
- и) Судан;
- к) Колумбия.

17. Туроператор – это

- а) предприятие, организующее рекламу и продвижение туристического продукта;
- б) реализатор туристического продукта;
- в) предприятие, занимающееся разработкой туристического продукта, комплектацией тура и обеспечивающее их функционирование.

18. Турист - это гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания

- а) с занятием оплачиваемой в этом месте деятельностью;
- б) без занятия оплачиваемой в этом месте деятельностью;
- в) с целью поиска работы и устройства на постоянное место жительства.

19. Интенсив-тур представляет собой

- а) поощрительную поездку за счет фирмы для своих сотрудников;
- б) путешествие с целью лечения;
- в) путешествие с целью посещения ряда стран за одну неделю.

20. Виза – это

- а) официальный документ, удостоверяющий личность туриста;
- б) разновидность международного страхового полиса, позволяющая получать и оплачивать страховые услуги в любой стране мира;
- в) специальное разрешение иностранного правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через территорию его государства

21. Таможенные формальности представляют собой процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу

- а) установленного паспортно-визового режима;
- б) установленных требований вакцинации;
- в) правил и условий ввоза и вывоза вещей, товаров и валютных средств.



22. Что необходимо для развития международного туризма в России

- а) наличие природных туристических ресурсов;
- б) высокие темпы экономического роста;
- в) кардинальное решение отношений собственности и проведение комплекса мероприятий на государственном уровне по превращению туризма в приоритетное экономическое направление.

23. Обслуживание «a la cart» - это

- а) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню;
- б) обслуживание по единому для всех туристов меню без права выбора блюд;
- в) свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание.

24. В отличие от индивидуального, групповой тур

- а) предполагает одновременное присутствие в турпоездке не менее 9 человек;
- б) имеет стоимость не более 1000 долларов и длится не менее 5 дней ;
- в) стандартный, не предполагает различия в уровне сервисного обслуживания туристов;
- г) предполагает аренду транспортного средства, а не приобретение проездных.

25. К обязанностям судоходной компании по договору фрахта относится

- а) своевременная разработка круизного маршрута и графика движения судна;
- б) организация анимационного обслуживания туристов ;
- в) оплата стоимости услуг портов стоянок, шлюзов, каналов и т.д.;
- г) организация экскурсионного обслуживания туристов в портах стоянок ;
- д) организация питания туристов на борту теплохода.

26. Как обозначается двухместный номер с видом на море на базе питания «полу-пансион» в гостиничной документации

- а) TRPL, FB, SSV;
- б) DBL-twin, BB ;
- в) SNGL, BB, SCV;
- г) DBL, AI ;
- д) DBL, SV, HB.

27. В каком случае российский гражданин, имеющий итальянскую шенгенскую визу, во время заграничной поездки может совершить двухдневную экскурсию из Италии в Хорватию и обратно

- а) только если у него есть туристический ваучер хорватской стороны ;
- б) в любом случае, если не нарушается срок действия итальянской шенгенской визы ;
- в) если турист имеет туристический ваучер хорватской стороны и итальянскую мульти-визу.

28. Кто осуществляет государственный контроль и надзор за соблюдением обязательных требований государственных стандартов в туризме

- а) государственный орган управления туризмом;
- б) Госстандарт России;
- в) турфирма.

29. Если международным договором РФ установлены иные правила, чем те, которые содержатся в законодательстве РФ о стандартизации, то применяются

- а) правила международного договора;
- б) правила, установленные законодательством РФ;
- в) иные правила (по договору).

30. В каком нормативном документе приведен полный перечень существенных



условий договора на туристское обслуживание

- а) в Гражданском кодексе РФ;
- б) в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
- в) в Законе РФ «О защите прав потребителей»

31. Состав организаторов туризма

- 1. турагенты
- 2. турагентства
- 3. туроператоры
- 4. турпосредники

32. Состав супраструктуры

- 1. индустрии транспорта
- 2. индустрия размещения
- 3. индустрия питания
- 4. индустрия развлечения

33. Типы туризма

- 1. въездной
- 2. выездной
- 3. внутренний
- 4. российский

34. Направления развития туризма

- 1. рекреационный
- 2. познавательный
- 3. спортивный
- 4. досуговый

35. Многопрофильные виды туризма

- 1. детский
- 2. экологический
- 3. круизный
- 4. горнолыжный

36.. Жизненный цикл гостиничного продукта состоит из:

- а) пяти фаз;
- б) четырех фаз;
- в) трех фаз;
- г) двух фаз.
- д) одной фазы.

37..Внедрение гостиничного продукта – это...

- а. период медленного роста продаж, когда продукт выводится на рынок, прибыли в этой стадии нет;
- б. период нахождения и формулировки идеи нового продукта;
- в. период быстрого проникновения продукта на рынок и растущей прибыли;
- г. период торможения роста продаж, так как к этому времени продукт принят большинством потенциальных покупателей
- д. осознание необходимости сделать покупку, поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить, поиск информации о новых товарах.



38. В каких документах отражена ответственность авиаперевозчика за жизнь и здоровье пассажира при перевозке?

- а Чикагская конвенция.
- б Варшавская конвенция.
- в Афинская конвенция.
- г Монреальская конвенция
- д Бернская конвенция.
- е Женевская конвенция.

39. Экскурсия в переводе с латинского означает:

- а поездка;
- б познание;
- в путь;
- г история;
- д показ;
- е рассказ.

40. Туристская анимация – это услуга, при оказании которой турист становится:

- а руководителем
- б заказчиком
- в наблюдателем
- г участником
- д зрителем
- е помощником

41. Техническое обеспечение - это

- а совокупность методов и средств, регламентирующих взаимодействие работников с техническими средствами и между собой в процессе разработки и эксплуатации информационной системы
- б комплекс технических средств, предназначенных для работы информационной системы, а также соответствующая документация на эти средства и технологические процессы
- в совокупность единой классификации и кодирования информации, унифицированных систем документации, схем информационных потоков

42. Электронный офис - это

- а документы и массивы документов в информационных системах
- б система автоматизации работы учреждения, основанная на использовании компьютерной техники
- в совокупность хранимых в памяти компьютера данных

43. Какое специализированное программное обеспечение используется в офисе турфирмы

- а ПК Гермес
- б ПК Само-тур
- в ПК Мастер-тур

44. Какие из перечисленных программ не являются СУБД

- а Microsoft Access
- б Microsoft FoxPro
- в MicrosoftProject



г Microsoft SQL Server

45. Что из перечисленных моделей не является моделью баз данных

- а объектно-ориентированная модель
- б модель обмена
- в реляционная модель

46. Информационные системы офисной автоматизации применяются

- а для мониторинга, контроля, принятия решений и администрирования
- б для упрощения канцелярского труда
- в для составления сводных типовых отчетов

47. Информационные системы поддержки принятия решений применяются

- а в решении частично структурированных задач, результаты которых трудно спрогнозировать заранее
- б для мониторинга, контроля, принятия решений и администрирования
- в для упрощения канцелярского труда

48. Информационная технология это

- а материальный объект, содержащий информацию в зафиксированном виде и специально предназначенный для её передачи во времени и пространстве
- б результат фиксации, отображения информации на каком-либо материальном носителе, т.е. зарегистрированное на носителе представление сведений независимо от того, дошли ли эти сведения до какого-нибудь приёмника и интересуют ли они его
- в процесс, использующий совокупность средств и методов сбора, обработки и передачи данных (первичной информации) для получения информации нового качества (информационного продукта)

49. Информационные технологии классифицируется по

- а типам информационных систем
- б базе данных
- в обработке данных

50. Целью базовой технологии является

- а создание алгоритма ввода данных
- б определение необходимой компьютерной техники для решения поставленной задачи
- в решение функциональных задач в той области, где она используется

Возможные варианты

ФИО студента _____

Группа _____

1 вариант

1. Выберите правильный ответ: виза – это



- А) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- Б) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- В) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне
- Г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
2. Выберите правильный ответ: общегражданский заграничный паспорт – это
- А) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне
- Б) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- В) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- Г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
3. Выберите правильный ответ: паспорт моряка - это
- А) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- В) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
- Г) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне
4. Выберите правильный ответ: шенгенская виза – это
- А) виза, действующая на территории шенгенской зоны, объединяющей более 24 европейских государств
- Б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- В) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
- Г) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне
5. Выберите правильный ответ: таможенный контроль – это
- А) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента.
- Б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- В) совокупность мер, осуществляемых таможенными органами в целях обеспечения соблюдения законодательства и международных договоров РФ
- Г) совершение действий, свидетельствующих о том, что в ручной клади и сопровождаемом багаже физического лица нет товаров, подлежащих декларированию в письменном виде
6. Выберите правильный ответ: конклюдентное декларирование – это
- А) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента.
- Б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- В) совокупность мер, осуществляемых таможенными органами в целях обеспечения соблюдения законодательства и международных договоров РФ
- Г) совершение действий, свидетельствующих о том, что в ручной клади и сопровождаемом багаже физического лица нет товаров, подлежащих декларированию в письменном виде
7. Выберите правильный ответ: договор о реализации турпродукта – это
- А) документ, подтверждающий факт оплаты услуг.
- Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой



В) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии

Г) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента.

8. Выберите правильный ответ: туристический ваучер – это

А) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой

В) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии

Г) документ, на основании которого выдается виза.

9. Выберите правильный ответ: страховой полис – это

А) номерной бланк строгой отчетности, выдаваемый туристу страховой компанией или от лица страховщика уполномоченной турфирмой

Б) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта

В) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний

Г) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя

10. Выберите правильный ответ: памятка туристу – это

А) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний

Б) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя.

В) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии

Г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

11. В приведенном списке европейских государств, подчеркните 5 первых государств в 1985 году, подписавших Шенгенское соглашение: Греция, Бельгия, Испания, Германия, Португалия, Финляндия, Нидерланды, Люксембург, Италия, Франция, Швеция, Ирландия.

12. Верно ли утверждение, что индивидуальная виза оформляется на туристскую группу в целом:

А) верно

Б) не верно

13. Верно ли утверждение, что турфирма обязана проверять подлинность и правильность оформления загранпаспортов.

А) верно

Б) не верно

14. Выезд за пределы Российской Федерации возможен по одному из четырех видов паспортов. Дополните список.

А) общегражданский заграничный паспорт

Б) дипломатический паспорт

В)

Г)

15. Вставьте пропущенные слова: при выезде ребенка за границу без родителей необходимо их

заверенное у.....

16. Рассчитайте стоимость турпакета по заявке потребителя.



Рассчитайте себестоимость тура на 1-го туриста и стоимость путевки для конкретного покупателя.

«Туристская фирма организует тур в Санкт-Петербург для группы 45 чел. На 3 дня/ 2 ночи. В стоимость тура входит: проживание в гостинице «Мир»; 2-х разовое питание; экскурсионное обслуживание, трансфер; транспортное обслуживание. Стоимость проживания для группы составляет – 105885 руб. в сутки, в стоимость проживания входит стоимость питания, которое составит на группу в сутки – 6750 руб. Экскурсия по городу осуществляется на арендованном турфирмой автобусом. Стоимость аренды автобуса – 9.000 руб. Стоимость групповой экскурсии составляет – 6.000 руб. Организация в встречи и проводов группы – 7.000 руб. Проживание руководителя группы – 3.000 руб., питание – 300 руб., оплата командировочных – 450 руб., страхование руководителя группы – 350 руб.»

17. По видам финансирования туризм делится на:

1. - организованный и неорганизованный,
2. - индивидуальный и групповой,
3. - коммерческий и социальный.

18. Самодетельный туризм это - путешествия:

1. - организованные по экстремальным маршрутам,
2. - субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды,
3. - самостоятельно организуемые туристами с использованием активных способов передвижения.

19. Туристская анимация – это услуга, при оказании которой турист становится:

- 1) руководителем
- 2) заказчиком
- 3) наблюдателем
- 4) участником
- 5) зрителем

20. Национальный туризм – это путешествия:

1. - по России иностранных граждан,
2. - по России иностранных граждан и иностранных туристов,
- по России российских граждан и выезд российских граждан за пределы страны

ФИО студента _____

Группа _____

2 вариант

1. Выберите правильный ответ: информационный листок – это...

- А) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
- Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- В) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии
- Г) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя.

2. Выберите правильный ответ: трансфер - это

- А) предоставление транспортных средств для обеспечения встреч-проводов туристов
- Б) авиационные пассажирские перевозки, осуществляемые на заказ
- В) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания.
- Г) документ для выезда из России и возвращения назад на судне

3. Выберите правильный ответ: приглашение – это

- А) документ, на основании которого выдается виза



Б) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта

В) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний

Г) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя

4. Выберите правильный ответ: чартер – это

А) предоставление транспортных средств для обеспечения встреч-проводов туристов

Б) авиационные пассажирские перевозки, осуществляемые на заказ

В) оказание туристам комплекса страховых услуг с помощью зарубежных сервисных медицинских компаний ассистанс Г) оплата страховых случаев в стране временного пребывания самими туристами.

5. Выберите правильный ответ: туристская путевка – это

А) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания

Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой

В) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

Г) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта

6. Выберите правильный ответ: агентский договор – это

А) документ, предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя

Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой

В) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

Г) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта

7. Выберите правильный ответ: акцепт заявки – это

А) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания

Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой

В) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента Г) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта

8. Выберите правильный ответ: сертификат о вакцинации – это

А) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания

Б) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний

В) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания.

Г) документ для выезда из России и возвращения назад на судне

9. Выберите правильный ответ: компенсационное страхование – это

А) оплата страховых случаев в стране временного пребывания самими туристами

Б) оказание туристам комплекса страховых услуг с помощью зарубежных сервисных медицинских компаний ассистанс В) предоставление транспортных средств для обеспечения встреч-проводов туристов

Г) авиационные пассажирские перевозки, осуществляемые на заказ

10. Выберите правильный ответ: сервисное обслуживание страховых компаний – это

А) оплата страховых случаев в стране временного пребывания самими туристами



Б) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента.

В) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию

Г) оказание туристам комплекса страховых услуг с помощью зарубежных сервисных медицинских компаний ассистанс

11. Выберите из списка товары, которые можно ввозить и вывозить без уплаты таможенных пошлин и налогов:

- А) видеокамеры
- Б) драгоценные металлы
- В) телевизоры
- Г) 3 л алкогольных напитков

12. Верно ли утверждение, что во Францию разрешен безвизовый въезд граждан, которые посещали эту страну не менее пяти раз за последние два года:

- А) верно
- Б) не верно

13. Установите соответствие: вид паспорта и цвет его обложки.

Виды ОЗП Цвет ОЗП

Общегражданский заграничный паспорт

Дипломатический паспорт

Служебный паспорт

Паспорт моряка А. Темно-синий

Б. Зеленый

В. Темно-красный

Г. Бордовый

14. Верно ли утверждение, что турфирма не несет ответственности за возможный отказ от предоставления визы:

- А) верно
- Б) не верно

15. В приведенном списке европейских государств, подчеркните 5 первых государств в 1985 году, подписавших Шенгенское соглашение: Греция, Бельгия, Испания, Германия, Португалия, Финляндия, Нидерланды, Люксембург, Италия, Франция, Швеция, Ирландия. 16. Рассчитайте стоимость турпакета по заявке потребителя.

16. Рассчитайте себестоимость тура на 1-го туриста и стоимость путевки для конкретного покупателя.

«Туристская фирма организует тур в г. Выборг для группы 30 чел. На 4 дня/3 ночи. В стоимость тура входит: проживание в гостиницы 3-х разовое питание, экскурсионное обслуживание, трансфер, транспортное обслуживание. Стоимость проживания для группы составляет в сутки – 24900 руб. Стоимость питания группы в сутки – 6000 руб. Экскурсия по городу осуществляется на арендованном турфирмой автобусом. Стоимость аренды автобуса – 10000 руб. Стоимость групповой экскурсии составляет – 8000 руб. Организация встречи и проводы группы – 6000 руб. Проживание руководителя группы – 2550, питание – 300 руб., оплата командировочных – 650 руб., страхование руководителя группы – 450 руб.»

17. Из каких источников финансируется инсентив-тур:

- 1. - из бюджета семьи,
- 2. - из бюджета государства,
- 3. - из бюджета коммерческой фирмы.

18. Международный туризм – это путешествия:

- 1. - иностранных граждан по России,



2. - граждан России по иностранным государствам,
3. - иностранных граждан по России и российских граждан зарубежом

19. Жизненный цикл гостиничного продукта состоит из:

- а. пяти фаз;
- б. четырех фаз;
- в. трех фаз;
- г. двух фаз.
- д. одной фазы.

2.8. Внедрение гостиничного продукта – это...

- а. период медленного роста продаж, когда продукт выводится на рынок, прибыли в этой стадии нет;
- б. период нахождения и формулировки идеи нового продукта;
- в. период быстрого проникновения продукта на рынок и растущей прибыли;
- г. период торможения роста продаж, так как к этому времени продукт принят большинством потенциальных покупателей
- д. осознание необходимости сделать покупку, поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить, поиск информации о новых товарах.

ФИО студента _____

Группа _____

3 вариант

1. Выберите правильный ответ: туристический ваучер – это

- А) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
- Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- В) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии
- Г) документ, на основании которого выдается виза.

2. Выберите правильный ответ: страховой полис – это

- А) номерной бланк строгой отчетности, выдаваемый туристу страховой компанией или от лица страховщика уполномоченной турфирмой
- Б) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта
- В) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний
- Г) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя

3. Выберите правильный ответ: памятка туристу – это

- А) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний
- Б) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя.
- В) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии
- Г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

4. Выберите правильный ответ: договор на реализацию туристского продукта – это

- А) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
- Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
- В) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии



Г) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя.

5. Выберите правильный ответ: трансфер - это

А) предоставление транспортных средств для обеспечения встреч-проводов туристов

Б) авиационные пассажирские перевозки, осуществляемые на заказ

В) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания.

Г) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне

6. Выберите правильный ответ: приглашение – это

А) документ, на основании которого выдается виза

Б) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта

В) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний

Г) документ предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя

7. Допишите предложение. Туристская путевка имеет форму...

8. Установите соответствие: соедините стрелками.

Аббревиатура, используемая в

туристской путевке Туристские услуги

ОП Завтрак

ОЗП Одноместный номер

ПП Трансфер ПОбщегражданский паспорт

ЗОбщегражданский заграничный паспорт

ОДН пансион

ДВМ «все включено»

ТРМ Двухместных номер

TRF полупансион TWN «ультра все включено»

АI Трехместный номер

UAI

Двухместный номер с двумя кроватями

9. Установите соответствие: вид паспорта и цвет его обложки. Соедините стрелками.

Виды ОЗП Цвет ОЗП

Общегражданский заграничный паспорт

Дипломатический паспорт

Служебный паспорт

Паспорт моряка Темно-синий

Зеленый

Темно-красный

Бордовый

10. В приведенном списке европейских стран, подчеркните 5 первых государств в 1985 году, подписавших Шенгенское соглашение: Греция, Бельгия, Испания, Германия, Португалия, Финляндия, Нидерланды, Люксембург, Италия, Франция.

11. Допишите предложение.

Туристская путевка имеет тройное функциональное значение: информационное, правовое, ...

12. Установите соответствие: виды документов, выдаваемые туристам.

Виды документов Документы, выдаваемые туристам

1. Обязательные



2. Дополнительные А. Билеты на транспорт
Б. Туристская путевка
В. Договор на реализацию тура
Г. Страховой полис
Д. Ваучер
Е. Памятка (информационный листок)
13. Допишите список видов приглашений, на основании которых может быть выдана виза:
1. Туристская
 2. Частная
 3. Служебная или деловая
 - 4.
14. Верно ли утверждение, что индивидуальная виза оформляется на туристскую группу в целом:
- А) верно
 - Б) не верно
15. Верно ли утверждение, что турфирма обязана проверять подлинность и правильность оформления загранпаспортов.
- А) верно
 - Б) не верно
16. Рассчитайте стоимость турпакета по заявке потребителя. Рассчитайте себестоимость тура на 1-го туриста и стоимость путевки для конкретного покупателя.
«Туристская фирма организует тур в Нижний Новгород для группы 30 чел. На 4 дня/3 ночи. В стоимость тура входит: проживание в 3-х звездочной гостинице, 2-х разовое питание, экскурсионное обслуживание, трансфер, транспортное обслуживание. Стоимость проживания для группы составляет в сутки – 154500 руб. В стоимость проживания входит стоимость питания, которое составляет на группу – 18000 руб. Экскурсия по городу осуществляется на арендованном турфирмой автобусом. Стоимость аренды автобуса – 11550 руб. Стоимость групповой экскурсии составляет – 8000 руб. Организация встречи и проводы группы – 4500 руб. Проживание руководителя группы – 5200 руб., питание – 800 руб, оплата командировочных – 550 руб., страхование руководителя группы – 500 руб
17. Туристская анимация – это услуга, при оказании которой турист становится:
- 1) руководителем
 - 2) заказчиком
 - 3) наблюдателем
 - 4) участником
 - 5) зрителем
18. Национальный туризм – это путешествия:
- а- по России иностранных граждан,
 - б- по России иностранных граждан и иностранных туристов,
 - в- по России российских граждан и выезд российских граждан за пределы страны
19. Из каких источников финансируется инсентив-тур:
- 1- из бюджета семьи,
 - 2- из бюджета государства,
 - 3- из бюджета коммерческой фирмы.
20. Международный туризм – это путешествия:
- 1- иностранных граждан по России,
 - 2- граждан России по иностранным государствам,
 - 3- иностранных граждан по России и российских граждан зарубежом



ФИО студента _____

Группа _____

4 вариант

1. Выберите правильный ответ: таможенный контроль – это

А) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента.

Б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию

В) совокупность мер, осуществляемых таможенными органами в целях обеспечения соблюдения законодательства и международных договоров РФ

Г) совершение действий, свидетельствующих о том, что в ручной клади и сопровождаемом багаже физического лица нет товаров, подлежащих декларированию в письменном виде

2. Выберите правильный ответ: конклюдентное декларирование – это

А) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента.

Б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию

В) совокупность мер, осуществляемых таможенными органами в целях обеспечения соблюдения законодательства и международных договоров РФ

Г) совершение действий, свидетельствующих о том, что в ручной клади и сопровождаемом багаже физического лица нет товаров, подлежащих декларированию в письменном виде

3. Выберите правильный ответ: договор о реализации турпродукта – это

А) документ, подтверждающий факт оплаты услуг.

Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой

В) обязательный документ, выдаваемый потребителю, где представлена полная и достоверная информация о предстоящем путешествии

4. Выберите правильный ответ: чартер – это

А) предоставление транспортных средств для обеспечения встреч-проводов туристов

Б) авиационные пассажирские перевозки, осуществляемые на заказ

В) оказание туристам комплекса страховых услуг с помощью зарубежных сервисных медицинских компаний ассистанс Г) оплата страховых случаев в стране временного пребывания самими туристами.

5. Выберите правильный ответ: туристская путевка – это

А) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания

Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой

В) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

Г) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта

6. Выберите правильный ответ: агентский договор – это

А) документ, предусматривающий передачу права на продажу туристских услуг от туроператора к турагенту от имени и за счет производителя

Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой

В) документ, подтверждающий факт оплаты услуг

Г) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта



7. Заполните пропуски в таблице: «Документы, необходимые для получения визы».

Основные документы Дополнительные документы

1. Заграничный паспорт
2. Анкета туриста и два фото
3. Программа тура или приглашение
- 4....
5. Список группы

1. Справка о платежеспособности.
2. Справка с места работы или учебы
3. Подтверждение бронирования билетов
4. ...

8. Верно ли утверждение, что индивидуальная виза оформляется на туристскую группу в целом:

- A) верно
- Б) не верно

9. Верно ли утверждение, что турфирма обязана проверять подлинность и правильность оформления загранпаспортов.

- A) верно
- Б) не верно

10. Выезд за пределы Российской Федерации возможен по одному из четырех видов паспортов. Дополните список.

- A) общегражданский заграничный паспорт
- Б) дипломатический паспорт
- В)
- Г)

11. Установите соответствие:

- Льготный визовый режим Страны
Страны безвизового посещения
Страны, где виза ставится на границе А. Турция
Б. Грузия
В. Украина
Г. Хорватия

12. Шенгенское соглашение, о создании единого визового пространства было подписано в:

- A) Нидерландах Б) Бельгии В) Германии В) Люксембурге

13. О профилактике, каких инфекционных заболеваний следует позаботиться туристам, отправляющимся в Республику Вьетнам (выберите правильный ответ):

- A) желтой лихорадки
- Б) малярии
- В) дизентерии
- Г) холеры
- Д) брюшного тифа
- Е) чумы

14. Практически все авиакомпании мира разрешают провозить в ручной клади не более:

- A) 10 кг багажа Б) 5 кг багажа В) 8 кг багажа Г) 15 кг багажа

15. Допишите предложение: индивидуальная виза оформляется на.....

16. Рассчитайте стоимость турпакета по заявке потребителя. «Туристская фирма организует тур в Москву для группы 20 чел. На 2 дня/1ночь. В стоимость тура входит:



проживание в гостинице ВВЦ 2-х разовое питание, экскурсионное обслуживание, трансфер, транспортное обслуживание. Стоимость проживания для группы составляет – 46600 руб. В стоимость проживания входит стоимость питания, которое составит на группу – 4000 руб. Экскурсия по городу осуществляется на арендованном турфирмой автобусом. Стоимость аренды автобуса – 8000 руб. Стоимость групповой экскурсии составляет – 6500 руб. Организация встречи и проводы группы – 3750 руб. Проживание руководителя группы – 2000 руб., питание – 400 руб., оплата командировочных – 800 руб., страхование руководителя группы – 350 руб.»

17. Жизненный цикл гостиничного продукта состоит из:

- а) пяти фаз;
- б) четырех фаз;
- в) трех фаз;
- г) двух фаз.
- д) одной фазы.

18. Внедрение гостиничного продукта – это...

- а) период медленного роста продаж, когда продукт выводится на рынок, прибыли в этой стадии нет;
- б) период нахождения и формулировки идеи нового продукта;
- в) период быстрого проникновения продукта на рынок и растущей прибыли;
- г) период торможения роста продаж, так как к этому времени продукт принят большинством потенциальных покупателей
- д) осознание необходимости сделать покупку, поиск информации о товарах, оценка предлагаемых вариантов, решение купить, поиск информации о новых товарах.

19. В каких документах отражена ответственность авиаперевозчика за жизнь и здоровье пассажира при перевозке?

- А) Чикагская конвенция.
- Б) Варшавская конвенция.
- В) Афинская конвенция.
- Г) Монреальская конвенция
- Д) Бернская конвенция.
- Е) Женевская конвенция.

20. Экскурсия в переводе с латинского означает:

- 1. поездка;
- 2. познание;
- 3. путь;
- 4. история;
- 5. показ
- 6. рассказ

ФИО студента _____

Группа _____

5 вариант

1. Выберите правильный ответ: виза – это

А) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию

Б) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания



- В) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне
Г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
2. Выберите правильный ответ: общегражданский заграничный паспорт – это
- А) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне
Б) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
В) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
Г) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
3. Выберите правильный ответ: паспорт моряка - это
- А) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
В) документ, подтверждающий факт оплаты услуг
Г) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне
4. Выберите правильный ответ: шенгенская виза – это
- А) виза, действующая на территории шенгенской зоны, объединяющей более 24 европейских государств
Б) специальное разрешение дипломатического представительства иностранного государства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
В) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
Г) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне
5. Выберите правильный ответ: акцепт заявки – это
- А) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
Б) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
В) осуществление туроператором процедуры удовлетворения запроса по заявке, полученной от турагента
Г) документ строгой отчетности, содержащий информацию об условиях путешествия и подтверждающий факт оплаты туристского продукта
6. Выберите правильный ответ: сертификат о вакцинации – это
- А) официальный документ, удостоверяющий личность гражданина при выезде за пределы страны, пребывании там и въезде в страну постоянного проживания
Б) удостоверение, подтверждающее вакцинацию его владельца против некоторых эпидемиологических заболеваний
В) документ, оформляющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой
Г) документ для выбытия из России и возвращения назад на судне
7. Допишите список приглашений, на основании которых может быть выдана виза:
1. Туристская
 2. Частная
 3. Служебная или деловая
 - 4....
8. Консульский сбор взимается (выберите правильный ответ)
- А) за оформление визы
Б) за собеседование, проводимое в консульстве
В) за право въезда в страну следования
Г) за право выезда из страны
9. Верно ли утверждение, что граждане России, выезжающие за границу не менее 12 раз в год, имеют право оформить два загранпаспорта:



А) верно

Б) не верно

10. Установите соответствие: страна – категория гостиниц:

Страна Категоризация гостиниц

Россия Система «корон»

Великобритания Система «звезд»

Греция Система категорий

Италия Система букв

11. На бланке туристической путевки обычно указывают вид питания туриста. Выберите то сокращение, которое в международной практике гостиничного обслуживания предполагает оплату и предоставление туристу только завтрака:

А) - FB;

Б) - HB;

В) - BB

Г) – B

12. Обслуживание «a la cart» - это...

А) свободный выбор клиентом блюд из предлагаемого рестораном меню;

Б) обслуживание по единому для всех туристов меню без права выбора блюд;

В) свободный выбор выставленных на общий стол блюд и самообслуживание

Г) нет правильного ответа

13. Что относится к туроператорской деятельности в России?

А) продвижение турпродукта;

Б) формирование турпродукта;

В) реализация турпродукта;

Г) иная деятельность.

14. В случае отказа агента от туристического продукта турфирма взимает с агента следующие штрафы при возврате:

при отказе более чем за 30 дней от начала поездки

А) 0%

Б) 10%

В) 50%

Г) 75%

15. Какие обстоятельства нельзя считать форс-мажорными (непредсказуемыми и непреодолимыми):

А) тайфуны, землетрясения

Б) хроническая болезнь туриста

Г) пожары, наводнения

Д) эпидемии, массовые заболевания

16. Рассчитайте стоимость турпакета по заявке потребителя.

Рассчитайте себестоимость тура на 1-го туриста и стоимость путевки для конкретного покупателя.

«Туристская фирма организует тур в Великий Новгород для группы 45 чел. На 3 дня/2 ночи. В стоимость тура входит: проживание в 3-х звездочной гостинице 2-х разовое питание, экскурсионное обслуживание, трансфер, транспортное обслуживание. Стоимость проживания для группы составляет – 105750 руб., стоимость питания составит на группу – 20250 руб. Экскурсия по городу осуществляется на арендованном турфирмой автобусом. Стоимость аренды автобуса – 7500 руб. Стоимость групповой экскурсии составляет – 5000 руб. Организация встречи и проводы группы – 4500 руб. Проживание руководителя группы –



2500 руб., питание – 450 руб., оплата командировочных – 1200 руб., страхование
руководителя группы – 350 руб

17. Состав супраструктуры

1. индустрии транспорта

2. индустрия размещения

3. индустрия питания

4. индустрия развлечений

18. Типы туризма

1. въездной

2. выездной

3. внутренний

4. российский

19. Направления развития туризма

1. рекреационный

2. познавательный

3. спортивный

4. досуговый

20. Состав организаторов туризма

1. турагенты

2. турагентства

3. туроператоры

4. турпосредники

Контрольные задания

Контрольное задание 1: Доклад в форме электронной презентации на тему (по выбору преподавателя)

1. Функции современных туроператоров.
2. Отличие туроператора от турагента.
3. Миссия и цели туроператора.
4. Основные направления и формы работы турфирм.
5. Виды туроперейтинга.
6. Классификация туроператоров.
7. Схемы работы инициативного и рецептивного туроператоров.
8. Профиль работы туроператоров.
9. Законы и иные нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность туроператора.
10. ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ», его основные положения и особенности применения

Контрольное задание 2: Доклад в форме электронной презентации на тему (по выбору преподавателя):

1. История зарождения и развития гостиничного хозяйства в любой стране мира.
2. История зарождения и развития гостиничного хозяйства в России..
3. Основные особенности, проблемы и перспективы развития гостиничной отрасли в регионах РФ.
4. Рынок гостиничных услуг в Москве и в Санкт-Петербурге



5. Рынок гостиничных услуг в республике, крае, области, городе(родине студента)
6. Системы классификации средств размещения в разных странах мира.
7. Национальные системы классификаций
8. Классификация средств размещения в РФ
9. Характеристика гостиничных цепей.
10. Виды классификаций гостиниц и других

Контрольное задание 3: подготовка и презентация доклада и результатов индивидуальных заданий по темам разделов:

1. Основные и специфические характеристики туристских услуг.
2. Источники турпродукта.
3. Экономическая сущность турпродукта.
4. Особенности структуры турпродукта.
5. Элементы и уровни турпродукта.
6. Соотношение понятий «турпродукт», «тур», «туристский маршрут», «туристский пакет».
7. Варианты турпакетов.
8. Особенности индивидуальных и групповых туров.
9. Особенности организации заказных и инклюзив – туров.
10. Классы туристского обслуживания.
11. Жизненный цикл туристского продукта.

Контрольное задание 4: подготовка и презентация доклада и результатов индивидуальных заданий по темам разделов:

1. Общие требования к средствам размещения в Российской Федерации.
2. Номерной фонд. Классификация гостиничных номеров
3. Европейский стандарт классификации номеров
4. Российская классификация номерного фонда
5. Гостиничные ассоциации: цели, задачи, партнеры.
6. Международной гостиничной ассоциации (МГА).
7. Основные направления деятельности **Российской гостиничной ассоциации (РГА)**.
8. Нормативные документы, действующие в сфере гостиничного сервиса.
9. Международные гостиничные правила
10. Международная гостиничная конвенция

Примерные вопросы к экзамену

1. Туристский рынок: его особенности и характеристики и основные элементы.
2. Охарактеризуйте основные этапы маркетингового исследования туристского рынка.
3. Уровни анализа туристского рынка.
4. Стратегии конкурентной борьбы в практике туроперейтинга.
5. Маркетинговое исследование потребительского рынка и дифференциация туров операторов.
6. Факторы, образующие маркетинговую среду туроператора.
7. Факторы внешней и внутренней среды туроперейтинга.
8. Критерии сегментирования туристского рынка.



- 9.Позиционирование и его цели.
- 10.Позиционирование туров и туроператоров.
- 11.Цена и ее функции. Факторы, влияющие на процесс ценообразования в сфере туризма.
- 12.Уровни ценообразования в туроперейтинге.
- 13.Факторы от которых зависит цена продажи на туристские услуги.
- 14.Ценовая политика и ее этапы..
- 15.Методы ценообразования.
- 16.Себестоимость турпродукта и ее затраты.
- 17.Примерная структура себестоимости турпродукта.
- 18.Калькуляционные статьи, по которым группируются затраты туроператора.
- 19.Классификация затрат туроператора.
- 20.График безубыточности туристского продукта.
- 21.Структура и классификация автоматизированных информационных систем туристических фирм
- 22.Роль и место сети Интернет в туристическом бизнесе
- 23.Автоматизированные системы управления гостиницами. Особенности зарубежных систем
- 24.Глобальные компьютерные системы бронирования
- 25.Автоматизация деятельности туристических фирм. Информационные системы и Организация, используемые в офисе туроператоров
- 26.Системы автоматизированной обработки данных в гостиничной деятельности
- 27.Автоматизированные системы бронирования в международном туризме.
- 28.Использование информационных технологий в туризме
- 29.Автоматизированные системы управления туристическими предприятиями
- 30..Системы компьютерного бронирования и резервирования
- 31.Понятия: маркетинга туристских территорий: «территориальный маркетинг», «имидж территорий», «маркетинг региона».
- 32.Определите и охарактеризуйте деятельность основных участников экономического процесса : общность и различие в их интересах.
- 33.Обозначьте основные перспективные направления маркетинга туристских территорий (на примере любого региона РФ)
- 34.Выделите основные элементы, формирующие маркетинговую деятельность туристских территорий (на примере любого региона РФ)
- 35.Покажите на применение маркетинговых методов и инструментов на примере любой туристской дестинации.
- 36.Характеристика туристского территориального продукта (выбранной по желанию) туристской территории.
- 37.PEST – анализ территории
- 38.SWOT – анализ территории
- 39.Оценка конкурентоспособности территории
- 40.Анализ информационных ресурсов территории
- 41.Туристская реклама. Классификация туристской рекламы, ее функции и значения для туроператора.
- 42.Личная продажа. Основные стили личной продажи и ее стадии.
- 43.Разработка программы стимулирования сбыта.
- 44.Стимулирование турагентов и потребителей туристских услуг туроператором.
- 45.Сущность и содержание туристской пропаганды.



46. Направления и средства туристской пропаганды.
47. Формирование и систематизация ассортимента у туроператора.
48. Основные варианты продвижения турпродукта на рынок.
49. Преимущества выставок для туристских фирм. Особенности туристских выставок.
50. Функции и классификация выставочных мероприятий.

Особенности группового проекта

Вариант 1. Студенты работают в группах от трех до пяти, выполняя следующие задачи:

- Выбор туристской компании (гостиницы), бизнес которой выстроен традиционным образом, т.е. с недостаточным применением инновационных подходов.
- Детальное описание того, как бизнес функционирует в настоящее время.
- Презентация того, как бизнес может функционировать через пять лет, после внедрения принципов и подходов, рассмотренных во время изучения настоящей дисциплины.
- Разработка предварительного плана «управления изменениями» или «проектирования сервиса» которые преобразует ведение бизнеса из нынешнего в желаемое состояние.

Вариант 2. Студенты работают в группах от трех до пяти по одной из нижеперечисленных тем групповых проектов:

1. Сравнительная характеристика лечебно-оздоровительного туризма (в частности, на примере Зарубежной Европы и Кавказских Минеральных Вод, etc.)
2. Сравнительная характеристика экологического туризма в Зарубежной Европе и Северной Америке etc.)
3. Экологический и приключенческий туризм (на примере Африки, Латинской Америки, etc.)
4. Характеристика сельского туризма в различных регионах мира.
5. Характеристика паломнического туризма на Ближнем Востоке.
6. Религиозно-познавательный туризм в Зарубежной Европе и Южной Азии.
7. Характеристика туризма с целью отдыха и развлечений (на примере Австралии, США, Германии, Испании).
8. География тематических парков (на примере Европы, Северной Америки).
9. Характеристика инсентив-туризма в различных регионах мира.
10. Национальные парки мира: региональные модели и тенденции развития.

. Выполнение и защита группового проекта – 0- 35 баллов

Критерии оценки группового проекта		Баллы
Обоснование актуальности проекта		0-3
Обоснованность и качество анализа информации		0-4
Формулирование выводов об условиях и способах достижения цели		0-4
Разработка конкретных действий (их последовательности и содержания), отвечающих условиям и способам достижения цели		0-3
Самостоятельность и оригинальность решения задач проектирования		0-3
Умение работать в команде		0-3
Оформление проекта в соответствии с требованиями		0-4
Защита проекта	Содержание доклада	0-3
	Качество ответов на вопросы (полнота, аргументированность, умение реагировать на критику, готовность к дискуссии)	0-4
	Презентация	0-4
ИТОГО		0-35

Задачи

© РГУТИС



Задача № 1

Рассчитать min возможную цену услуг предприятия, если известно:
материальные затраты - 1800 тыс. руб.;
стоимость ОПФ - 2380 тыс. руб.;
срок службы - 6 лет;
оплата труда – 1450 тыс.руб.,
в том числе оплата управленческого персонала - 680 тыс. руб.;
аренда - 400 тыс. руб.;
расходы на рекламу и маркетинг - 380 тыс. руб.;
коммунальные услуги - 420 тыс. руб.;
взят кредит в банке в сумме 1500 тыс. руб. (25% годовых) на 2 года;
имеются ценные бумаги на сумму - 1000 тыс. руб. (ставка дивиденда -28%);
реализовано неиспользуемого оборудования и запасов сырья на сумму 300 тыс. руб.,
расходы по реализации составили 70 тыс. руб.
затраты на 1 рубль реализации - 81 коп.;
количество услуг - 10 тыс.ед.
Определить сумму постоянных и переменных затрат и величину доходов предприятия.
НДС не учитывать

Задача № 2

Определить точку безубыточности и критический объем продаж, исходя из следующих данных:

Таблица

Материальные затраты, тыс.руб.	1500,0
Оплата труда, тыс.руб., всего:	1250,0
в т.ч. оплата управленческого персонала	500,0
Аренда, тыс.руб.	500,0
Коммунальные услуги, тыс.руб.	300,0
Сумма % за банковский кредит, тыс.руб.	120,0
Стоимость ОПФ, тыс. руб.	846,0
Срок службы ОПФ, лет	8 лет
Расходы на рекламу, тыс.руб.	150,4
Объем реализации услуг, шт.	8000
Норма прибыли, %	25

Результат представить в аналитическом и графическом виде.

Расходы на рекламу рассчитаны в % от объема реализации.

НДС не учитывать.

Задача № 3

Определить min возможную, оптимальную (рыночную) цену и цену услуг предприятия, исходя из следующих данных:

Таблица

Материальные затраты, тыс. руб.	500,0
Оплата труда, тыс. руб. всего	250,0
в т.ч. оплата управленческого персонала	100,0
Аренда, тыс.руб.	130,0
Коммунальные услуги, тыс.руб.	150,0



Сумма % за банковский кредит, тыс.руб.	60,0
Стоимость ОПФ, тыс. руб.	276,4
Срок службы ОПФ, лет	6
Расходы на рекламу, тыс.руб.	35
Объем реализации услуг, ед.	2000
Норма прибыли, %	25
Норма прибыли конкурентов, %	20

Задача № 4

Определить валовую прибыль (ВП) и чистую прибыль (ЧП), рентабельность (R), если: среднегодовая стоимость основных производственных фондов -148,2 млн. руб., налог на прибыль - 20%, НДС -18%.

Таблица

Наименование услуги	Объем реализации, тыс. ед.	Себестоимость единицы, тыс. руб.	Материальные затраты на ед., тыс. руб.	Оптимальная цена ед., тыс. руб.
А	80	24	19	26,5
Б	40	31	18	36
В	15	29	22	33
Г	150	11	6	16,5

Задача № 5

Предприятие производит и реализует три услуги – «А», «Б», «В». Известен годовой объем продаж каждой услуги, годовые переменные затраты по каждой услуге, а также годовые общие (постоянные) издержки. Необходимо определить точку безубыточности для каждой услуги в отдельности.

Наименование статьи	«А»	«Б»	«В»	Всего
Объем продаж, тыс.руб.	40000	70000	30000	140000
Доля в объеме продаж, %	28,6	50	21,4	100
Переменные издержки, тыс.руб.	16000	35000	8000	59000
Доход, тыс.руб.	24000	35000	22000	81000
Уровень дохода от объема продаж	60	50	73,3	57,9
Постоянные издержки, тыс.руб.	30000			

Задача №6.

Выполнить укрупненные расчеты снижения себестоимости услуг по соответствующим статьям калькуляции и по итогу полной себестоимости на основе следующих данных.

На планируемый год предусматривается рост производительности труда на 18%, рост заработной платы - на 5%, индекс норм расхода материалов -0,95, индекс объема услуг - 1,2, удельный вес материалов в себестоимости - 40%, удельный вес заработной платы - 35%,



индекс условно-постоянных расходов -1,05, удельный вес расходов по управлению и обслуживанию - 22%

Расчеты обобщить в форме таблицы:

Таблица

Факторы снижения себестоимости	Снижение себестоимости		
	По статьям	%	По итогу затрат, %
1. Рост производительности труда			
2. Экономия материалов			
3. Сокращение затрат на управление и обслуживание			

Задача №7.

Построить матрицу Мак – Кинзи и сделать выводы, исходя из следующих данных:

Таблица 1 - Оценка привлекательности отрасли

Параметры отрасли	Относительный вес	Оценка привлекательности
1. Рост	0,3	5
2. Технологическая стабильность	0,5	2
3. Прибыльность	0,1	1
4. Размер	0,1	5
Оценка привлекательности отрасли		

Таблица 2 - Оценка конкурентной позиции в отрасли

Параметры отрасли	Относительный вес	Оценка привлекательности
1. Рост	0,4	5
2. Технологическая стабильность	0,1	1
3. Прибыльность	0,2	1
4. Размер	0,3	3
Оценка конкурентной позиции		

Кейсы и ситуационные задачи

Ситуация 1

Семья из 6 человек выбрала для своего отдыха курортную гостиницу «Морской рай». Дежурный администратор предложила им размещение 4 – х человек в номере на втором этаже, а 2 – х на – шестом этаже. Через некоторое время они вновь обратились в службу приема и размещения, т. к. проживание на разных этажах вызвало некоторое неудобство в общении членов семьи.

Задание

1. Дайте характеристику:

а) современным методам управления различными операционными процессами в гостинице;

б) классификации номерного фонда гостиницы и предложите варианты размещения семьи;



2. Проанализируйте операционный процесс размещения гостей и зон обслуживания в службе приема и размещения.

Ситуация 2

Менеджер гостиницы по управлению качеством услуг, изучая спрос потребителя, постоянно ищет новые идеи. «Новый товар», как правило, является воплощением генерированной идеи менеджмента гостиничного предприятия, его внедрение должно оправдать надежды на существенный прилив дополнительных доходов и прибыли.

Задание

- 1. Перечислите виды платных и бесплатных дополнительных услуг в гостиницах.*
- 2. Разъясните влияние новых продуктов на психологию клиента.*
- 3. Поясните значение товарной инновации, как метода управленческого решения.*

Особый вид транзакционных издержек представляет собой явление, получившее в экономико-правовой литературе название "вымогательство ренты". Речь идет о создании властями различных угроз (в форме "информационных утечек") ухудшения условий хозяйствования, в ответ на которые фирмы, как правило, развивают активную лоббирующую деятельность, чтобы не допустить воплощению угрозы в реальность. Выплачиваемые при этом суммы тем значительнее, чем большую угрозу фирме несет намечаемое изменение правил.

Разбор кейсов

Ситуация 1.

Г-жа Меринда Смит, большая любительница путешествовать, решили посетить Россию. По прибытии в Москву остановилась в гостинице «Рэдиссон сас Славянская» на 2 суток.

Посмотрев достопримечательности и акклиматизировавшись, продолжила путешествие. Одним из пунктов назначения был город Сочи, куда она, прибыв, воспользовалась услугами гостиницы «Рэдиссон сас Лазурная».

Задание.

- 1. Поясните почему г-жа воспользовалась гостиницами международной гостиничной цепи «Рэдиссон сас»?*
- 2. Укажите каковы были основные аспекты ее выбора в пользу данного средства размещения?*
- 3. Объясните основные преимущества и льготы, используемые в гостиницах, входящих в международную гостиничную цепь.*

Ситуация 2

В гостиницу «Лазурный берег»**** г –жа Морозова Екатерина Анатольевна была поселена по предварительной брони в 2 – х комнатный номер 410. Дата заезда – 1 марта, время заезда 13.00., период проживания 5 суток.

В 16.00 того же дня в гостиницу прибыл клиент, для которого должен был быть забронирован 2 – х комнатный одноместный номер на период с 1 по 6 марта.



Администратор, просмотрев заявления о брони, понимает, что было осуществлено двойное бронирование одного и того же номера, в котором уже размещена г – жа Морозова и отказала клиенту в размещении.

Задание

- 1. Выявите нарушения в действиях администратора.*
- 2. Какие необходимо предпринять действия для выхода из данной конфликтной ситуации?*
- 3. Как правильно объяснить клиенту, что предполагаемый номер занят?*

Ситуация 3

Семья из 6 человек выбрала для своего отдыха курортную гостиницу «Морской рай». Дежурный администратор предложила им размещение 4 – х человек в номере на втором этаже, а 2 – х на – шестом этаже. Через некоторое время они вновь обратились в службу приема и размещения, т. к. проживание на разных этажах вызвало некоторое неудобство в общении членов семьи.

Задание

- 1. Дайте характеристику:*
 - а) современным методам управления различными операционными процессами в гостинице;*
 - б) классификации номерного фонда гостиницы и предложите варианты размещения семьи;*
- 2. Проанализируйте операционный процесс размещения гостей и зон обслуживания в службе приема и размещения.*

Ситуация 4

Менеджер гостиницы по управлению качеством услуг, изучая спрос потребителя, постоянно ищет новые идеи. «Новый товар», как правило, является воплощением генерированной идеи менеджмента гостиничного предприятия, его внедрение должно оправдать надежды на существенный прилив дополнительных доходов и прибыли.

Задание

- 1. Перечислите виды платных и бесплатных дополнительных услуг в гостиницах.*
- 2. Разъясните влияние новых продуктов на психологию клиента.*
- 3. Поясните значение товарной инновации, как метода управленческого решения.*

Ситуация 5

Вы узнали, что конкурент разработал новый туристский продукт, который безусловно будет пользоваться спросом на рынке в предстоящем сезоне. Конкурент устраивает презентацию этого продукта в узком кругу своих турагентов на обучающем семинаре. Вам достаточно легко послать на семинар «своего» человека.

Задание

Обоснуйте:

- а) особенности управления организацией в условиях конкуренции*
- б) особенности поведения персонала в условиях конкуренции*
- в) конкуренцию, как составляющий элемент рынка услуг.*



Кейс 1. "Поставка оборудования для гостиниц"

Попробуйте найти выход из нижеприведенной ситуации, приемлемый для всех: руководителя, менеджера гостиницы и представителя фирмы-поставщика.

Руководитель был в длительной командировке. По приезду он узнает, что менеджер заключил устный договор с поставщиками оборудования и ждет, когда руководитель подпишет договор. Цены на оборудование высокие и выходят из запланированного бюджета на 10%. Руководителю необходимо, чтобы оборудование было в установленные сроки, так как это существенно повлияет на качество обслуживания клиентов, но цены не должны быть выше бюджета.

Руководитель: Вы отказываетесь подписывать договор и просите найти другого поставщика, который уложится в бюджет.

Менеджер: У Вас была задача в 10-тидневный срок осуществить поставку оборудования. Вы нашли фирму, которая может быстро осуществить изготовление и поставку. Т.к. время было ограничено, Вы остановились на компании, с которой уже не раз работали и которая хорошо себя зарекомендовала. Ваша задача сохранить хорошие отношения с руководителем и осуществить поставку вовремя. Найти другого поставщика в такое короткое время нереально. За невыполнение сроков поставки Вам грозит лишение премии.

Представитель фирмы-поставщика: Ваша фирма, несмотря на отсутствие письменного договора уже начала изготовление оборудования, т.к. сроки были очень сжатые и менеджер компании – Заказчика очень просил ускорить процесс. Вы заинтересованы осуществить поставку, т.к. уже были вложены деньги на изготовления оборудования.

Кейс 2: Изучив ситуацию, аргументированно ответьте на вопросы:

1. Фирма, максимизирующая прибыль, стремится к нулевым транзакционным издержкам. Как Вы думаете, они больше в России или в западных странах? Почему?
2. Допустим ли «блеф» в бизнесе?
3. Согласны ли Вы с высказыванием, что благополучие и конкурентоспособность фирмы зависят от степени доверия этой фирме? Для каких отраслей это действительно важно?
4. Приведите примеры транзакционных издержек в туризме и гостеприимстве.

В вопросе об эффективном размере фирмы немаловажное значение имеет теория транзакционных издержек. Обычно выделяют пять основных форм транзакционных издержек: издержки поиска информации; издержки ведения переговоров и заключения контрактов; издержки измерения; издержки спецификации и защиты прав собственности; издержки оппортунистического поведения.

Издержки поиска информации связаны с ее асимметричным распределением на рынке: на поиск потенциальных покупателей или продавцов приходится тратить время и деньги. Неполнота имеющейся информации оборачивается дополнительными расходами, связанными с покупкой товаров по ценам, выше равновесных (или продажей ниже равновесных), с потерями, возникающими вследствие покупки товаров-субститутов. Например, вместо того, чтобы искать на рынке труда специалиста для решения вновь возникшей проблемы (и нести все связанные с этим издержки: поиск, его переманивание,



заключение контракта и т.д.), директор просто отдает своим подчиненным команду переключиться на новую операцию. То есть, заменяя часть рыночных сделок (транзакций) прямыми распоряжениями руководства, фирма экономит свои издержки.

Однако по мере роста размеров фирмы управление становится все более сложным и дорогостоящим. В какой-то момент предельные издержки управления (внутренние транзакционные издержки), связанные с разрастанием фирмы, начинают превосходить издержки рыночных транзакций, которые они вытесняют. Дальнейшее увеличение размеров фирмы становится неэффективным. Скажем, вместо того, чтобы что-то делать своими силами, становится выгоднее купить соответствующий товар или услугу на рынке.

Особый вид транзакционных издержек представляет собой явление, получившее в экономико-правовой литературе название "вымогательство ренты". Речь идет о создании властями различных угроз (в форме "информационных утечек") ухудшения условий хозяйствования, в ответ на которые фирмы, как правило, развивают активную лоббирующую деятельность, чтобы не допустить воплощению угрозы в реальность. Выплачиваемые при этом суммы тем значительнее, чем большую угрозу фирме несет намечаемое изменение правил.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Тематика практических занятий

Тематика практических занятий соответствует рабочей программе дисциплины.

Очная форма обучения

4 семестр

Практическое занятие 1 по теме . Факторы сервисной трансформации в современном обществе

Продолжительность – 2 часа.

Форма практического занятия – беседа.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое сервисная экономика?
2. В чем выражается трансформация сервисной экономики?
3. Каковы, на Ваш взгляд, наиболее значимые Факторы сервисной трансформации в современном обществе ?

Практическое занятие 2 по теме Сервисное управление моделированием туристского продукта

Продолжительность – 2 часа.

Форма практического занятия – выполнение контрольного задания..

Контрольное задание

Построение задания на разработку туристского продукта

Цель работы: изучить методику построения задания на разработку туристского продукта

План работы

1. Провести маркетинговые исследования туристского рынка страны, для которой готовится предлагаемый туристский продукт.
2. Проанализировать туристские ресурсы вашего региона и определить вид туристского продукта.



3. Сформировать образ туристской группы, ее основную (базовую) мотивацию и структуру ее затрат.
4. Для предлагаемого туристского продукта составить перечень основных аттракций и объектов, им соответствующим.
5. Сделать выводы по практическому занятию.

Практическое занятие 3 по теме Планирование обслуживания

Продолжительность – 4 часа.

Форма практического занятия – выполнение контрольного задания.- разбор кейса

Контрольное задание – работа над кейсом

Внимательно ознакомиться с нижеприведенными материалами. Выделить для себя наиболее интересные моменты.

1. Мотивация иностранных туристов

Побудительные мотивы туризма, привлекающие иностранных туристов.

К главным мотивам эксперты относят следующие:

- изучение и знакомство с новой культурой и образом жизни, едой и обычаями;
- знакомство с развлечениями, ночной жизнью, возможность посетить хорошие рестораны, дискотеки и другие увеселительные заведения;
- возможность побыть немного в другом образе жизни, покутить, потратить свободно деньги, которые копились длительный период, хоть немного почувствовать себя человеком более высокого уровня;
- смена общей обстановки, снятие стресса, отдых;
- посещение театров, представлений, фестивалей, карнавалов;
- встречи с новыми интересными людьми;
- изучение условий для потенциального бизнеса в данной стране;
- шоппинг-цели; приобретение сувениров и подарков;
- отдых на море, спорт; зимний спорт и отдых;
- лечение, оздоровительные цели;
- религиозные цели, паломничество;
- встречи с родственниками и друзьями.

Удовольствие и отдых – естественные потребности человека, позволяющие ему восстановить физические и душевные силы, снять стрессы, накопившиеся за время рутинной работы на протяжении длительного периода. Обычно отдых у нормально работающих людей бывает ежегодно от одной до пяти недель.

Вторыми по значимости определяются *оздоровительные и лечебные цели*: посещение курортов, санаториев, лечебно-оздоровительных учреждений, поездки оздоровительного характера, пребывание на лечебных водах, прочие виды лечения.

Далее следуют *профессионально-деловые цели*: сюда относятся командированные специалисты, например направляемые на монтаж и установку оборудования; участвующие в работе заседаний, совещаний, конференций, конгрессов и съездов, торговых ярмарок и выставок; поощрительные поездки работников предприятий (инсентив-туризм); выступления с лекциями и концертами; подготовка программ туристских поездок (рекламные туры); заключение договоров на размещение и транспорт; работа в качестве гидов и других должностях в сфере туризма; участие в профессиональных спортивных мероприятиях; оплачиваемое обучение, образование и исследовательская деятельность (отметим особо, данная методика несправедливо относит сюда же и правительственные командировки, включая дипломатов и военнослужащих или сотрудников международных организаций за исключением прохождения службы в



посещаемой стране); гостевые поездки к родственникам и знакомым, отпуск с выездом на родину, присутствие на похоронах, уход за инвалидами; религиозные – паломничество, участие в религиозных мероприятиях.

2. Примерная характеристика иностранных туристов

В настоящее время возрастная структура общества в развитых странах представляет собой "демографический гриб". Увеличение средней продолжительности жизни и снижение уровня рождаемости привели к более высокой доле лиц старших возрастов. При этом численность младших возрастных групп, в частности от 15 до лет, неуклонно сокращается. Среди других изменений, имеющих отношение к туризму, следует выделить широкое вовлечение женщин в сферу общественного труда. Во всех регионах мира растет число женщин, занятых на разных работах. Многие из них стремятся сделать карьеру: становятся удачливыми предпринимателями, занимают руководящие посты в государственных и коммерческих структурах.

Одновременно с повышением роли женщины в современном обществе наступают перемены в ее сознании, образе жизни, происходит переоценка ценностей. Она позднее вступает в брак, откладывает рождение ребенка, а после его появления возвращается на работу. Женщины получили материальную независимость, а семьи - дополнительный источник дохода, часть которого может быть направлена на путешествия. Изменения коснулись структуры семьи. Увеличивается число одиноких людей и бездетных пар. В крупных городах и агломерациях "одиночки" составляют до половины всего населения. Материально самостоятельные, они не желают обременять себя семейными узами и заботами. Потребители этого типа отличаются высоким уровнем образования, стремятся к профессиональному росту, достаточно мобильны и предъявляют повышенные требования к уровню комфорта и качеству жизни. С недавнего времени они рассматриваются как перспективная целевая группа туристского рынка. Например, всемирно известный "Средиземноморский клуб" специально для одиноких людей открыл пять туристских деревень в Греции, Испании, Италии и Тунисе, куда семейные пары не допускаются.

Процессы, протекающие в демографической среде, позволяют говорить о двух тенденциях на рынке туризма. Первая из них - расширение круга потенциальных потребителей туристских услуг. Все новые категории лиц вливаются в туристское движение. У них появляются желания и возможность путешествовать. По прогнозу ВТО на 2020 г., 7% населения Земли совершат зарубежные поездки. Эта доля постоянно растет, однако остается пока очень скромной, особенно в Африке, Южной Азии и на Ближнем Востоке (табл. 1), что свидетельствует о большом потенциале международного туризма.

Таблица 1- Туристская активность населения Земли в 2002 г.



Регионы	Доля населения, совершающего зарубежные поездки, %
Европа	14
Азиатско – Тихоокеанский регион	10
Америка	8
Ближний Восток	6
Африка	5
Южная Азия	1
Мир в целом	7

Вторая тенденция - старение путешествующих лиц, т.е. увеличение удельного веса пожилых лиц в совокупности посетителей. Она вызвана общедемографической ситуацией в индустриально развитых странах мира и усилена снижением пенсионного ценза в них. В большинстве западных государств он установлен на сравнительно невысоком уровне - 60-65 лет. Это - люди, физически крепкие, мобильные. Они располагают практически неограниченным свободным временем. Раньше считалось, что "сеньоры" обладают низкой покупательной способностью. Сегодня их материальное положение изменилось к лучшему, и они готовы тратить деньги, и немалые, на поездки. У современных "сеньоров" сложилось новое психологическое отношение к старению, благодаря чему эта категория лиц сформировала свои туристские вкусы и предпочтения. На первый взгляд, туризм пожилых людей может показаться парадоксом, так как выход на пенсию и обеспечивает заслуженный отдых. Однако углубленное изучение потребностей разных возрастных групп населения свидетельствует, что такая проблема не только существует, но стоит очень остро. В отличие от занятой части населения, для которой туризм - это отдых, позволяющий отойти от повседневных забот и восстановить свою работоспособность, для пенсионеров туристская поездка - форма активного образа жизни.

Туристский спрос пожилых современников резко отличается их сверстников 20- и даже 10-летней давности. Они более энергичны, чем были их родители в том же возрасте. Склонность к путешествиям у этих людей сформировалась задолго до выхода на пенсию. Им было 30, когда в Европе начался бум туристской деятельности. Многие из них уже тогда принимали активное участие в путешествиях. С тех пор туризм сопровождал их на протяжении всей жизни, став неотъемлемой ее частью. Пожилые туристы наших дней - опытные и искушенные путешественники, для которых туризм стал формой познания мира его динамике и многообразии, а не только способом ухода от ежедневной рутины. Неугомонные, сохранившие интерес к жизни люди совершают нередко поездки с элементами приключения и риска: катаются на лыжах в Альпах, сплавливаются на плотах в Колорадо, путешествуют по африканской пустыне. Они предпочитают групповые туры, прибегая к услугам различных организаций и туристских фирм.

Повышенным спросом среди них пользуются автобусные туры и круизы. Не остаются обделенными пожилые, физически немощные люди. Они также желают путешествовать и получать удовольствия от новых впечатлений, но жестко ограничены в своих возможностях. Отдых этой категории населения организуется в рамках так называемых программ для "четвертого возраста". Их реализацией занимаются специальные структуры - пенсионные клубы и ассоциации, такие как "Дайнэдж Ассоциэйшн" в Дании, "Сенье Ваканти План" в Нидерландах или "Свериджес Пенсионарсфорбинд" в Швеции. Расширение туристского спроса пожилых людей приобретает устойчивый характер. Высокие темпы роста, отличающие этот сегмент рынка туризма, сохранятся и в



перспективе. С учетом этой тенденции ведущие туристские фирмы перестраивают свою деятельность, изыскивая новые формы работы с потенциальными клиентами пожилого возраста.

Современные модификации туристского спроса происходят под влиянием социально-экономических факторов.

Ухудшение экономической конъюнктуры привело к переменам в социальной сфере, которые в свою очередь сказались на характере туристского спроса. Был удлинен отпускной период, сокращена рабочая неделя и введен гибкий график работы. Эти меры, направленные на сглаживание сложившихся диспропорций на рынке труда, одновременно способствовали увеличению фонда свободного времени населения.

Кризис вынудил людей искать новые формы организации своего отдыха. С увеличением объема свободного времени на фоне обострения общеэкономической ситуации в рекреационном поведении Населения обозначились две главные тенденции - дроблении отпускного периода и рост непродолжительных поездок. В начале 80-х годов в Австрии и Великобритании свыше 20% населения выезжали на отдых летом и зимой, а 10% отправлялись в путешествия три % более раз в год. Аналогичная картина имела место в Германии, Италии, Швейцарии и других развитых странах Европы. Близкие результаты были получены в ходе обследования рынка выездного туризма в Японии в конце 90-х годов. Частотность зарубежных путешествий японцев составила в 1997 г. 1,6 поездки. Повышенную туристскую активность проявляли мужчины зрелого возраста и незамужние женщины.

Наиболее массовыми (около 60% всех отбытий) были недолгие путешествия до 8 дней. Туристские поездки стали менее продолжительными, но более частыми. В западной литературе это явление получило название "путешествия с интервалами". Организация таких путешествий оказалась чрезвычайно выгодным делом, и туристские фирмы со своей стороны начали всемерно поощрять потребительский спрос на них. Очевидная заинтересованность компаний в расширении нового сегмента туристского рынка объясняется тем, что краткосрочные посетители несут более высокие расходы в расчете на один день пребывания, чем обычные туристы. Кроме того, "путешествия с интервалами" пользуются спросом в течение всего года с некоторым оживлением в апреле, сентябре-октябре и феврале, помогая решить одну из самых острых проблем туристской отрасли - сгладить сезонную неравномерность в работе гостиниц и транспорта. В Европе особой популярностью пользуются маршруты выходных и праздничных дней. Они включают посещение выставок, спектаклей, музеев, галерей, а также магазинов, в частности антикварных. С неменьшим удовольствием люди проводят уик-энды в национальных парках или ненадолго отправляются в путь, чтобы принять участие в фестивалях, карнавалах, различных дегустациях, гневным видом транспорта служат личные автомобили.

Главными поставщиками туристов на западноевропейском рынке краткосрочных поездок являются Германия и Великобритания. Их совместная рыночная доля составляет около 50% поездок.

Большей частью непродолжительные путешествия совершаются во Францию, Нидерланды и Бельгию. Первое место среди европейских государств по числу краткосрочных визитов занимает Франция. Развивая ближний туризм, она принимает посетителей из Германии, Бельгии, Великобритании, Италии и Испании. В течение нескольких дней туристы посещают Париж и другие города Франции: Марсель, известный своими океанографическими турами; Белфорт с его уникальной рекреационной зоной на месте военной базы; Нант, славящийся подсветкой архитектурных памятников, и т.д. Каждый из них имеет свои особенности, которые умело использует для привлечения



посетителей. В результате, краткосрочные туристские прибытия во Франции увеличиваются на 25% в год, т.е. в 3-4 раза быстрее, чем долгосрочные. "Путешествия с интервалами" будут определять характер туристского спроса в новом тысячелетии - к такому выводу пришла английская консалтинговая фирма "Ховат УК". По заказу ВТО она провела исследование динамики отпускного времени. Оно охватило 18 стран мира, на которые приходится 73% всех расходов на туризм. Вопреки расхожему мнению об увеличении продолжительности свободного времени и движении к "золотому" веку всеобщего отдыха, фирма пришла к выводу, что путешественники XXI в. имеют более высокий уровень материального достатка, но испытывать нехватку времени.

3. Новые потребители

Новые потребители с деньгами, но ограниченные во времени, будут стремиться получить калейдоскоп впечатлений в короткий срок. Такой подход к организации отпуска положительно скажется на развитии тематических парков, а также круизов, которые позволяют за несколько дней увидеть ряд стран. Желание туристов отключиться от всех забот во время отпуска будет способствовать развитию клубного отдыха по типу "все включено". Возрастет спрос на экскурсии и поездки выходного дня. Коренные изменения происходят в стиле отдыха. Они связаны с переосмыслением целей общественного развития. Первоначально в течение довольно длительного периода труд воспринимался как основа существования человека, а отдых - в качестве средства восстановления сил для дальнейшего труда. Экономика тогда всецело была ориентирована на увеличение валового национального продукта, а общество стремилось достичь более высокого уровня благосостояния, соответствовавшего благоприятной экономической конъюнктуре.

Большинство исследований в области психологии показывают, что основные факторы, определяющие ощущение счастья, вообще не относятся к потреблению. Главным среди них является радость семейной жизни, далее следует удовлетворение работой, том и дружбой. Американские социологи, изучая соотношение достатка и чувства удовлетворения, отмечают, что у лиц, живущих выше уровня бедности, связь между доходами и ощущением счастья весьма незначительна. С учетом результатов исследований было выделено пять главных характеристик "жизни в удовольствие" гедонизм, который предполагает спрос ад удовольствия и смену впечатлений; экстраверсия, означающая обращенность во внешний мир; эротика; активность личности; стремление к удобству и комфорту. Пассивное времяпрепровождение на пляже, хотя и остается наиболее распространенной формой проведения отпуска, все в меньшей степени отвечает потребности жить в удовольствие. На смену трем S": море-солнце-пляж (Sea-Sun-Sand) - постепенно приходит формула "три L": национальные традиции-пейзаж-досуг (Lore-Landscape-Leisure). Она наилучшим образом соответствует новым ценностям, которые утверждаются в психологии человека и получают выражение в поведении современного туриста. Желая оторваться от повседневной действительности, посетитель проявляет повышенный интерес к местному колориту, особенностям быта, нравов, культуры чужого народа. Он жаждет праздника во всем, стараясь уйти от унылого городского пейзажа, монотонной и однообразной жизни. Одновременно растет осознание необходимости активного отдыха для полноценного восстановления и развития сил человека. Люди отправляются в путешествия, чтобы компенсировать недостаток физической нагрузки и нервное перенапряжение, возникающее в сфере производства и в быту. Согласно результатам опроса, проведенного во Франции, число лиц, предпочитающих активный отдых, почти вдвое превышает число тех, кто отдается пассивному времяпрепровождению.



Переход от конвейерного к дифференцированному туризму в 80-е годы является отражением глубоких перемен в экономике: превращения "рынка производителей" с диктатом продавца в "рынка потребителей" с приоритетным положением покупателя по отношению к продавцу. Насыщение рынка товарами, повышение благосостояния населения, изменение соотношения рабочего и свободного времени в пользу последнего - все это повлияло на мотивацию, приоритеты и психологию потребления. Произошли дифференциация и усложнение потребностей, расширился спектр мотивов потребления. К концу 80-х годов сформировался новый тип поведения покупателя, основанный на его хорошей информированности, независимости, критическом отношении к предлагаемым товарам и услугам.

В туризме потребитель стал более избирателен в вопросах цены и качества услуг. Накопив туристский опыт, он ищет свежих впечатлений и удовольствий. Потенциальный турист подвержен влиянию моды, легко меняет свои симпатии, предпочтения, интересы, мотивы поведения на рынке. Сегодня любители путешествий не ограничиваются отдыхом на берегу теплого моря, но посещают атомные электростанции, покоряют Северный полюс, готовятся к полетам в космос.

Усложнение туристских потребностей приводит к дальнейшей "версификации" туризма. В рамках путешествий с целью отдыха и развлечений ускоренными темпами развиваются познавательный, спортивный, приключенческий, сельский туризм, круизы и всевозможные их комбинации. В деловом туризме заметно расширились сегменты конгресс- и инсентив - туров.

В XXI в. процесс диверсификации туризма углубился, появляются новые рыночные сегменты и ниши. Происходит дальнейшая персонификация запросов потребителей. Туризм вступает в эпоху индивидуальности.

Таблица 2- Иерархическая структура потребностей туристов и пути их удовлетворения

Уровни потребностей	Вознаграждение	Пути удовлетворения потребностей
Физиологические потребности	Пища, вода, воздух, жилище	а) б) в)
Потребности в безопасности	Безопасность, стабильность, защита	а) б) в)
Социальные потребности	Принадлежность к социальной группе, любовь, привязанность, общение, коллективная деятельность	а) б) в)
Потребности в уважении и признании	Самооценка, самоуважение, престиж, статус	а) б) в)
Потребности в	Рост, успех, творчество	а)



самовыражении

б)

в)

4. Классификация и виды туризма

В соответствии с вышеприведенными потребностями различают следующие основные виды туризма:

- рекреационный;
- лечебно оздоровительный;
- познавательный;
- деловой;
- спортивный;
- этнический;
- религиозный;
- транзитный;
- образовательный.

Наиболее распространенными являются рекреационный и познавательный туризм.

Рекреационный туризм отличается большим разнообразием и может включать зрелищно развлекательные программы, охоту, рыбалку, музыкальное и художественное творчество, посещения спортивных мероприятий в качестве зрителя и т. д.

Лечебно - оздоровительный туризм обусловлен потребностью в лечении различного рода заболеваний и оздоровлении организма после перенесенных болезней. Здесь можно говорить о турах с исключительно лечебной целью, для лечения каких -либо тяжелых заболеваний, реабилитации после травм, аварий, операций и турах лечебно оздоровительных, с целью поддержания молодости, красоты и здоровья, снятия стресса и усталости.

Познавательный (экскурсионный) туризм включает в себя поездки с целью ознакомления с природными и историко - культурными достопримечательностями, музеями, театрами, традициями народов в посещаемой стране. Поездка может включать в себя познавательные и рекреационные цели одновременно.

Деловой туризм охватывает путешествия со служебными или профессиональными целями без получения доходов по месту временного пребывания. К этому виду туризма ВТО относит поездки для участия в съездах, научных конгрессах и конференциях, производственных совещаниях и семинарах, ярмарках, выставках, салонах, а также для проведения переговоров и заключения контрактов, монтажа и наладки оборудования. Деловой туризм включает: бизнес поездки, конгрессно-выставочный туризм и инсентив туризм (incentive - стимул, побуждение). Инсентив туризм представляет собой поездки, предоставленные руководством фирмы своим сотрудникам бесплатно в качестве поощрения за хорошую работу. Инсентив туры, как правило, предусматривают хорошее качественное обслуживание по системе "все включено". Общая доля делового туризма составляет от 10 до 20 % в международном туристском объеме.

Спортивный туризм предполагает выезд для проведения спортивных мероприятий в тех или иных странах и регионах. Его, в свою очередь, можно подразделить на профессиональный и любительский туризм. Как "специальные виды туризма" нас интересует любительский туризм, который можно подразделить следующим образом: зимние и летние, а также водные, воздушные, пустынные и горные виды спорта.

Этнический туризм преследует цель посещения места рождения или происхождения семьи, а также места жительства родственников и/или близких. Этот вид туризма носит название ностальгического (nostalgic tour). Приоритетное значение этот вид туризма имеет для стран, где проживают большие диаспоры людей родом из других стран. У



туристов из Германии, например, пользуются популярностью поездки в Поволжье, а у туристов из Финляндии - на Карельскую землю, Ладожское озеро (около 500 тыс. финнов вынужденно покинули эти места в период военных действий 1939- 1945 гг.). Распространен этнический туризм и у китайцев, диаспора которых насчитывает более 60 млн человек.

Религиозный туризм основывается на религиозных потребностях людей различных конфессий. Религиозный туризм можно назвать древнейшим, его корни уходят в незапамятные времена. Он имеет две основные разновидности: паломнический туризм (отдельно следует выделить духовно- паломническое направление) и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности. Религиозный туризм в отдельных конфессиях имеет свои особенности.

Транзитный туризм в соответствии с рекомендациями ВТО включает две разновидности:

- перемещения авиапассажиров, которые не въезжают в страну, а лишь делают пересадку на стыковочный рейс;
- перемещения туристов, которые едут к месту конечного назначения с небольшой остановкой для стыковки рейсов в третьих странах.

Образовательный туризм предполагает туры продолжительностью от 15 дней до 3 месяцев с целью повышения квалификации либо углубления знаний по тем или иным дисциплинам. Наиболее популярными в настоящее время являются образовательные туры с целью изучения иностранных языков или углубления знаний иностранного языка. В зависимости от способа организации выделяют организованный и неорганизованный туризм.

Организованный туризм предполагает заранее разработанную и организованную туристской фирмой программу путешествия для туриста/туристов согласно их пожеланиям и бюджету. Туристская фирма заранее бронирует и оплачивает все туристские услуги по всему маршруту, оформляет все необходимые выездные документы.

Неорганизованный туризм предполагает, что туристы сами, без участия и/или посредничества туристской фирмы, организывают свое путешествие. Самостоятельно разрабатывают маршрут поездки, определяют объекты экскурсионного посещения, планируют места ночлегов, оформляют выездные документы и т. д. Неорганизованный туризм в мире очень популярен. Прежде всего в странах, гражданство которых позволяет путешествовать в другие страны без оформления въездной визы (например, граждане стран Шенгенского соглашения могут передвигаться по всей Европе совершенно свободно, гражданам США также не нужна въездная виза в страны Шенгенского соглашения). Относительно небольшие расстояния, хорошая транспортная сеть, возможность свободного пересечения границ соседних государств, наличие многих экскурсионных объектов и другие немаловажные факторы повлияли на то, что доля неорганизованного туризма в Европе составляет 80 %.

По продолжительности путешествий выделяют следующие виды туризма: **краткосрочный** (туры "выходного дня", поездки на срок до 7 дней), **среднесрочный** (туры продолжительностью от 9 до 12 дней) и **долгосрочный** (туры на срок от 15 до 30 дней).

По использованию транспортных средств, задействованных в ходе путешествия, можно выделить следующие виды туризма:

- железнодорожный;
- авиационный;
- теплоходный/водный (морской и речной);
- автомобильный;
- автобусный;
- велосипедный;



- с использованием иных средств передвижения.

По интенсивности посещения туризм можно подразделить на постоянный и сезонный.

Под **постоянным туризмом** следует понимать относительно равномерные посещения туристских регионов и объектов в течение всего календарного года.

Под **сезонным туризмом** понимают такие посещения туристских регионов, частота которых зависит от климатических условий региона и субъективных характеристик туристского объекта. К сезонным видам можно отнести рекреационный туризм, конгрессно-выставочный туризм. На сезонность туризма также оказывает влияние вид туризма. Различают высокий, средний и низкий сезоны. Высокий сезон характеризуется условиями наиболее полноценного использования туристами туристских ресурсов. На сезонность того или иного вида туризма оказывают существенное влияние природно- климатические факторы, общенациональные и религиозные праздники, каникулы, массовые мероприятия.

В зависимости от возрастной категории туристов можно выделить следующие виды туризма:

- детский;
- молодежный;
- лиц среднего возраста;
- лиц третьего возраста.

Всемирная туристская организация предложила следующую градацию туристов по возрастному признаку: дети, путешествующие с родителями (до 15 лет), молодежь (15- 24 года), экономически активные молодые туристы (25- 44 года), экономически активные туристы среднего возраста (45- 64 года), туристы третьего возраста (от 65 лет).

В практике работы предприятий туристской индустрии для целей статистики выделяют следующие возрастные категории:

- 0-2 года - инфант (грудной ребенок);
- 3-12 лет - ребенок;
- 14-18 лет - школьник;
- 18-25 лет - молодежь (студенты);
- 26-45 лет - взрослые;
- 46-65 лет - взрослые;
- 65 лет и старше - пенсионеры (третий возраст).

Для планирования туризма возраст важен с точки зрения мотивации путешествия и финансового обеспечения туристской поездки.

По источникам финансирования туризм можно подразделить на коммерческий и социальный типы.

Коммерческий туризм ориентирован на получение туристскими предприятиями прибыли, является основным источником для развития производства услуг. Стремясь максимизировать прибыль, туристские фирмы постоянно ищут наиболее оптимальное сочетание между величиной издержек и конечной ценой тур продукта. Предоставляемые ими туристские услуги ориентированы в основном на клиентов со средним и высоким уровнем дохода.

Социальный туризм субсидируется из средств, выделяемых на социальные нужды в целях создания условий для туризма определенных категорий граждан. Субсидии выделяются как из государственных, так и из негосударственных фондов, а также благотворительными организациями. В Манильской декларации указывается, что "социальный туризм - это цель, к которой общество должно стремиться в интересах менее обеспеченных граждан".

5. География регионов и их туристские ресурсы



Для составления туристского рынка необходимо изучить туристские ресурсы соответствующего региона. Используйте интернет-ресурсы

Задание по кейсу

Составить предложения по турпродукту для въездного туризма исходя из туристских ресурсов региона (области, городу) для заданной целевой группы туристов. Задания выполняются индивидуально или с разделением заданий между членами творческой группы.

План доклада по выполненному заданию

1. Характеристики целевой группы
2. Их мотивация
3. Иерархическая структура потребностей туристов и пути их удовлетворения
4. Туристские ресурсы региона для включения в турпродукт.
5. Вид туризма
6. Примерная программа туристского путешествия

Источники:

Статистика ЮНВТО <http://unstats.un.org/unsd/default.htm>

Туристский портал администраций регионов

Ростуризм <http://www.russiatourism.ru/>

Туристская библиотека <http://tourlib.net/>

Практическое занятие 4 по темам Организация турагентской деятельности, Организация туроператорской деятельности

Продолжительность – 2 часа.

Форма практического занятия - беседа

Перечень вопросов для обсуждения на практическом занятии

- 11 Отличие туроператора от турагента.
- 12 Миссия и цели туроператора.
- 13 Основные направления и формы работы турфирм.
- 14 Виды туроперейтинга.
- 15 Классификация туроператоров.
- 16 Схемы работы инициативного и рецептивного туроператоров.
- 17 Профиль работы туроператоров.
- 18 Законы и иные нормативно-правовые документы, регламентирующие деятельность туроператора.
- 19 ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
10. Функции современных туроператоров

Практическое занятие 5 по теме 6.

Продолжительность – 4 часа.

Форма практического занятия - смешанная форма занятия

Перечень докладов для обсуждения на практическом занятии по теме 6



1. Структура и классификация автоматизированных информационных систем туристических фирм
2. Роль и место сети Интернет в туристическом бизнесе
3. Автоматизированные системы управления гостиницами. Особенности зарубежных систем
4. Глобальные компьютерные системы бронирования
5. Автоматизация деятельности туристических фирм. Информационные системы и технологии, используемые в офисе туроператоров
6. Системы автоматизированной обработки данных в гостиничной деятельности
7. Автоматизированные системы бронирования в международном туризме.

Перечень вопросов

8. Использование информационных технологий в туризме
9. Автоматизированные системы управления туристическими предприятиями
10. Системы компьютерного бронирования и резервирования

Практическое занятие 6 по теме 7.

Продолжительность – 8 часов.

Форма практического занятия - решение задач

Задача 1.

Определить цену услуг фирмы (без учета НДС), если известно:
материальные затраты — 1800 тыс. руб.;
стоимость ОПФ - 1380 тыс. руб.;
срок службы - 6 лет;
оплата труда - 2450 тыс. руб.;
в том числе оплата труда административно-управленческого персонала 970 тыс. руб.
аренда- 300 тыс. руб.;
расходы на рекламу и маркетинг - 280 тыс. руб.;
коммунальные услуги- 420 тыс. руб.;
взят кредит в банке в сумме 500 тыс. руб. (20% годовых);
имеются ценные бумаги на сумму - 2000 тыс. руб. (ставка дивиденда – 24%);
реализовано неиспользуемого оборудования и запасов материалов на сумму 250 тыс. руб., расходы по реализации составили 10% от суммы реализации;
норма прибыли – 20%;
количество единиц услуг - 7 тыс.ед.
Рассчитать общую сумму доходов предприятия, чистую прибыль, сумму постоянных и переменных издержек.

Задача 2.

Определить уровень деятельности предприятия.

Таблица

Материальные затраты	1400 тыс.руб.
Оплата труда	2600 тыс.руб.
Стоимость оборудования	3000 тыс.руб.
Затраты на 1 рубль реализации, коп.	83
Норма амортизации, %	12,5
Маркетинговые издержки	380 тыс.руб.
Прочие расходы	140 тыс.руб.
Реклама	200 тыс. руб.



Найти постоянные издержки, если доля оплаты труда рабочих составляет 0,6. Количество услуг – 6 тыс. ед. Как изменится деятельность предприятия, если арендная плата увеличится на 50% и составит 450 тыс. рублей?

Задача 3.

Определить уровень деятельности турфирмы, исходя из следующих данных:

аренда	500 тыс. руб.
стоимость оборудования	2000 тыс. руб.
срок службы	6 лет
стоимость материалов	3000 тыс. руб.
оплата труда	3000 тыс. руб.
реклама и маркетинг	800 тыс. руб.
коммунальные услуги	500 тыс. руб.
прочие расходы	400 тыс. руб.
чистая прибыль	12 коп. на 1 руб. реализации

Как изменится деятельность фирмы при неизменной численности работающих 10 человек, если выработка на 1 работающего увеличится на 9%, а средняя заработная плата - на 4,5%?

Оценить уровень конкурентоспособности фирмы, если норма прибыли в целом по отрасли составляет 16 %.

Задача 4.

Определить основные показатели деятельности фирмы и оценить ее эффективность по следующим данным:

Таблица

№ п/п		I год	II год
1.	Оплата труда, тыс. руб.	3000	3500
2.	Стоимость ОПФ, тыс. руб.	2000	2200
3.	Стоимость сырья и материалов, тыс. руб.	4000	4800
4.	Аренда, тыс. руб.	500	1000
5.	Реклама, маркетинг, тыс. руб.	400	600
6.	Прочие расходы, тыс. руб.	800	1000
7.	Затраты на 1 руб. реализации, коп.	78	75
8.	Численность работающих чел.	15 чел.0	16

Срок службы ОПФ 6 лет

Остаток ОС: 1.01 1года – 1200 тыс.руб.

1.01 2 года - 1400 тыс.руб.

1.01 3 года - 1350 тыс.руб.

Определить изменение объема продаж за счет улучшения (ухудшения) использования ОПФ, а также сумму высвобожденных из оборота оборотных средств.

Расчеты представить в виде следующей таблицы:

Таблица – Основные показатели деятельности фирмы за 2 года

Показатели	1 год	2 год	Абс. откл.	Темп роста, %	Темп прироста,
------------	-------	-------	------------	---------------	----------------



					%
Объем реализации, тыс. руб.					
Себестоимость услуг, тыс. руб.					
Прибыль от реализации, тыс. руб.					
...					
...					
...					
...					
...					

Сделать выводы.

Перечень вопросов для обсуждения на практических занятиях по теме 7

1. Цена и ее функции. Факторы, влияющие на процесс ценообразования в сфере туризма.
2. Уровни ценообразования в туроперейтинге.
3. Факторы от которых зависит цена продажи на туристские услуги.
4. Ценовая политика и ее этапы..
5. Методы ценообразования.
6. Себестоимость турпродукта и ее затраты.
7. Примерная структура себестоимости турпродукта.
8. Калькуляционные статьи, по которым группируются затраты туроператора.
9. Классификация затрат туроператора.
10. График безубыточности туристского продукта.

Практическое занятие 7 по теме Организация внутреннего туризма

Продолжительность – 2 часа

Форма практического занятия - заслушивание и обсуждение докладов с презентациями

Перечень докладов для обсуждения на практическом занятии по теме 8

1. Основные и специфические характеристики туристских услуг.
2. Источники турпродукта.
3. Экономическая сущность турпродукта.
4. Особенности структуры турпродукта.

Практическое занятие 9 по теме Организация въездного туризма

Продолжительность – 1 час.

Форма практического занятия - заслушивание и обсуждение докладов с презентациями

Перечень докладов для обсуждения на практическом занятии по теме 10

1. Элементы и уровни турпродукта.
2. Соотношение понятий «турпродукт», «тур», «туристский маршрут», «туристский пакет».
3. .Варианты турпакетов.

Практическое занятие 10 по теме Организация выездного туризма



Продолжительность – 1 час.

Форма практического занятия - заслушивание и обсуждение докладов с презентациями

Перечень докладов для обсуждения на практическом занятии по теме 11

1. Особенности индивидуальных и групповых туров.
2. Особенности организации заказных и инклюзив – туров.
3. Классы туристского обслуживания.
4. Жизненный цикл туристского продукта

Практическое занятие 10 по теме Особенности организации обслуживания различных категорий туристов

Продолжительность – 4 часа

Форма практического занятия - диспут

Тема диспута: Какие категории туристов требуют от туроператора и турагента наибольшего внимания при обслуживании и почему?

Диспут предполагает коллективное обсуждение какой-либо проблемы с целью установления путей ее достоверного решения. Он проводится в форме диалогического общения его участников. Предполагает высокую умственную активность, прививает умение вести полемику, обсуждать проблему, защищать свои взгляды и убеждения, лаконично и ясно излагать мысли.

Целью проведения диспута является формирование оценочных суждений, утверждение мировоззренческих позиций.

Основными функциями диспута являются: познавательная, воспитательная; функция контроля содержания, глубины и систематичности самостоятельной работы студентов, а также функция организационно-ориентационная и систематизирующая обучение. Он используется при анализе проблемных ситуаций, когда необходим простой и однозначный ответ на вопрос, при этом имеются альтернативные варианты ответов.

Основными действующими лицами на «семинаре-диспуте», выступают: докладчик, содокладчик, оппонент (критик), эксперт, «провокактор», ассистент, наблюдатель и другие.

Функции действующих лиц на семинаре-диспуте.

Докладчик - излагает в краткой форме сущность защищаемой точки зрения, позиции.

Содокладчик - аргументирует, обосновывает, иллюстрирует позицию докладчика, может представлять статистические сведения, факты.

Оппонент (критик) - высказывает собственную точку зрения по рассматриваемому вопросу, отличающуюся от изложенной, докладчиком, приводит контрольные примеры и контраргументы.

Эксперт - проводит сравнительный анализ аргументов и контраргументов, определяет их достоверность.

«Провокактор» - задает «спорные» вопросы, приводит неожиданные примеры, инициирует общую дискуссию

Ассистент - осуществляет материально-техническое обеспечение (плакаты, схемы, диаграммы, слайды и т. д.)



С целью вовлечения в дискуссию всех присутствующих целесообразно использовать метод сотрудничества, который основывается на взаимном обучении при совместной работе. В этом случае интегрируются интеллектуальные усилия и энергия сокурсников для достижения единой цели.

Таким образом, диспут – это специально подготовленный и организованный научный спор на актуальную тему, в котором участвуют две или более стороны, отстаивающие свои позиции

Практическое занятие 11

Продолжительность – 6 часов

Форма практического занятия - защита групповых проектов

Особенности группового проекта

Вариант 1. Студенты работают в группах от трех до пяти, выполняя следующие задачи:

- Выбор туристской компании (гостиницы), бизнес которой выстроен традиционным образом, т.е. с недостаточным применением инновационных подходов.
- Детальное описание того, как бизнес функционирует в настоящее время.
- Презентация того, как бизнес может функционировать через пять лет, после внедрения принципов и подходов, рассмотренных во время изучения настоящей дисциплины.
- Разработка предварительного плана «управления изменениями» или «проектирования сервиса» которые преобразует ведение бизнеса из нынешнего в желаемое состояние.

Вариант 2. Студенты работают в группах от трех до пяти по одной из нижеперечисленных тем групповых проектов:

1. Сравнительная характеристика лечебно-оздоровительного туризма (в частности, на примере Зарубежной Европы и Кавказских Минеральных Вод, etc.)
2. Сравнительная характеристика экологического туризма в Зарубежной Европе и Северной Америке etc.)
3. Экологический и приключенческий туризм (на примере Африки, Латинской Америки, etc.)
4. Характеристика сельского туризма в различных регионах мира.
5. Характеристика паломнического туризма на Ближнем Востоке.
6. Религиозно-познавательный туризм в Зарубежной Европе и Южной Азии.
7. Характеристика туризма с целью отдыха и развлечений (на примере Австралии, США, Германии, Испании).
8. География тематических парков (на примере Европы, Северной Америки).
9. Характеристика инсентив-туризма в различных регионах мира.
10. Национальные парки мира: региональные модели и тенденции развития.

5 семестр

Практическое занятие 1 по теме Методы проектирования обслуживания в гостиничном бизнесе

Продолжительность 6 часов.

Форма практического занятия - выездное занятие, мастер-класс

Мастер–класс – это главное средство передачи концептуальной новой идеи своей (авторской) педагогической системы. Преподаватель как профессионал на протяжении ряда лет вырабатывает индивидуальную (авторскую) методическую систему, включающую целеполагание, проектирование, использование последовательности ряда известных



дидактических и воспитательных методик, занятий, мероприятий, собственные «ноу-хау», учитывает реальные условия работы с различными категориями учащихся и т.п.

Форма работы мастер-класса зависит от наработанного мастером стиля своей профессиональной деятельности, который, в конечном итоге, и задает на мастер-классе изначальную точку отсчета в построении общей схемы проведения этого интереснейшего мероприятия. Мастер-классы способствуют личностной ориентации студента, формированию его художественных вкусов и культурных интересов, вводят молодого человека в мир гуманитарной культуры.

Мастер-класс характеризуется следующим:

- метод самостоятельной работы в малых группах, позволяющий провести обмен мнениями;
- создание условий для включения всех в активную деятельность;
- постановка проблемной задачи и решение ее через проигрывание различных ситуаций;
- приемы, раскрывающие творческий потенциал как Мастера, так и участников мастер-класса;
- формы, методы, технологии работы должны предлагаться, а не навязываться участникам;
- представление возможности каждому участнику отнестись к предлагаемому методическому материалу;
- процесс познания гораздо важнее, ценнее, чем само знание;
- форма взаимодействия - сотрудничество, сотворчество, совместный поиск.

Целью проведения мастер-класса является:

-профессиональное, интеллектуальное и эстетическое воспитание студента.

В это понятие вкладывается, прежде всего, развитие в ходе мастер-класса способности студента самостоятельно и нестандартно мыслить. В контексте мастер-класса профессиональное мастерство означает прежде всего умение быстро и качественно решать образовательную задачу в практическом поле выбранного предмета

Задачами являются:

- преподавание студенту основ профессионального отношения к избранной специальности.
- обучение профессиональному языку той или иной науки (экономической, юридической, искусствоведческой и т.д.).
- передача продуктивных способов работы - прием, метод, методика или технология.
- адекватные формы и способы представления своего опыта.

Методика проведения мастер-классов не имеет каких-либо строгих и единых норм. В большинстве своем, она основывается как на педагогической интуиции преподавателя ("учителя"), так и на художественной восприимчивости студента ("ученика"). Мастер-класс - это двусторонний процесс, и отношения "учитель-ученик" являются совершенно оправданными. Поэтому мастер-класс нередко называют школой

1. Подготовка занятия. Определение алгоритма проведения мастер-класса:

- идея;
- подготовка, постановка цели, задач;
- план;
- найти личность мастера (подбор команды);
- подбор информации;
- реализация проекта;



- показ своей презентации (методов, приемов работы);
- привлечение параллельно участников к активной деятельности;
- рефлексия (последний и обязательный этап — отражение чувств, ощущений, возникших у участников в ходе мастер-класса. Это богатейший материал для рефлексии самого Мастера, для усовершенствования им конструкции мастер-класса, для дальнейшей работы)

Для проведения мастер-класса необходимо:

- сочетание имеющегося опыта и аналитичности, понимаемой как способности мастера смотреть «внутрь своего опыта», принципы и механизмы осуществляемой системы обучающих действий.

- гармония теоретико-аналитического и описательно-методического начал: наличие у преподавателя письменно оформленных теоретико-аналитических разработок или каких-либо других иллюстративно-методических материалов. (иллюстрации в виде схем, таблиц, моделей, видеозарисовки)

- участники конкретного мастер-класса должны быть готовы к обстоятельному теоретико-методическому анализу представляемого опыта.

Критерии качества подготовки и проведения мастер-класса:

- *презентативность*. Выраженность инновационной идеи, уровень ее представленности, культура презентации идеи, популярность идеи в педагогике, методике и практике образования.

- *эсклюзивность*. Ярко выраженная индивидуальность (масштаб и уровень реализации идей). Выбор, полнота и оригинальность решения инновационных идей.

- *прогрессивность*. Актуальность и научность содержания и приемов обучения, наличие новых идей, выходящих за рамки стандарта и соответствующих тенденциям современного образования и методике обучения предмета, способность не только к методическому, но и к научному обобщению опыта.

- *мотивированность*. Наличие приемов и условий мотивации, включения каждого в активную творческую деятельность по созданию нового продукта

- *оптимальность*. Достаточность используемых средств на занятии, их сочетание, связь с целью и результатом (промежуточным и конечным).

- *эффективность*. Результативность, полученная для каждого участника мастер-класса. Каков эффект развития? Что это дает конкретно участникам? Умение адекватно проанализировать результаты своей деятельности.

- *технологичность*. Четкий алгоритм занятия (фазы, этапы, процедуры), наличие оригинальных приемов актуализации, проблематизации («разрыва»), приемов поиска и открытия, удивления, озарения, рефлексии (самоанализа, самокоррекции).

- *артистичность*. Возвышенный стиль, педагогическая харизма, способность к импровизации, степень воздействия на аудиторию, степень готовности к распространению и популяризации своего опыта

- *общая культура*. Эрудиция, нестандартность мышления, стиль общения, культура интерпретации своего опыта.

2. Вступление. Презентация педагогического опыта учителем-мастером:

- дается краткая характеристика студентов, обосновываются результаты предварительной диагностики, прогнозируется развитие студентов;

- кратко характеризуются основные идеи технологии;

- описываются достижения в работе;

- доказывается результативность деятельности студентов, свидетельствующая об эффективности технологии;



- определяются проблемы и перспективы в работе учителя-мастера. Представление системы учебных занятий:
- описывается система учебных занятий в режиме презентуемой технологии;
- определяются основные приемы работы, которые мастер будет демонстрировать слушателям.

3. Основная часть. Проведение имитационной игры:

- учитель-мастер проводит учебное занятие со слушателями, демонстрируя приемы эффективной работы со студентами;
- слушатели одновременно играют две роли: учащихся экспериментального класса и экспертов, присутствующих на открытом занятии.

Моделирование:

- учителя-ученики выполняют самостоятельную работу по конструированию собственной модели учебного занятия в режиме технологии учителя-мастера;
- мастер выполняет роль консультанта, организует самостоятельную работу слушателей и управляет ею;
- мастер совместно со слушателями проводит обсуждение авторских моделей учебного занятия

Выводы (рефлексия):

- проводится дискуссия по результатам совместной деятельности мастера и слушателей.

Мастер-класс как локальная технология трансляции педагогического опыта должен демонстрировать конкретный методический прием или метод, методику преподавания, технологию обучения и воспитания. Он должен состоять из заданий, которые направляют деятельности участников для решения поставленной педагогической проблемы, но внутри каждого задания участники абсолютно свободны: им необходимо осуществить выбор пути исследования, выбор средств для достижения цели, выбор темпа работы. Мастер-класс должен всегда начинаться с актуализации знаний каждого по предлагаемой проблеме, что позволит расширить свои представления знаниями других участников. Основные преимущества мастер-класса — это уникальное сочетание короткой теоретической части и индивидуальной работы, направленной на приобретение и закрепление практических знаний и навыков.

Практическое занятие 2 по теме Организация гостиничной деятельности; инновационные технологии обслуживания в гостиничном бизнесе

Продолжительность 4 часа.

Форма практического занятия - беседа

Перечень вопросов для обсуждения на практическом занятии

11. История зарождения и развития гостиничного хозяйства в любой стране мира.
12. История зарождения и развития гостиничного хозяйства в России..
13. Основные особенности, „проблемы и перспективы развития гостиничной отрасли в регионах РФ.
14. . Рынок гостиничных услуг в Москве и в Санкт-Петербурге
15. Рынок гостиничных услуг в республике „крае „области, городе(родине студента
16. .Системы классификации средств размещения в разных странах мира.
17. Национальные системы классификаций



18. Классификация средств размещения в РФ
19. Характеристика гостиничных цепей.
20. Виды классификаций гостиниц и других

. Практическое занятие 3 по теме Организация услуг развлечения; инновационные методы в организации досуговой деятельности

Продолжительность 2 часа.

Форма практического занятия - заслушивание и обсуждение докладов с презентациями

Перечень докладов для обсуждения на практическом занятии

1. Функции, виды и типология досуга.
2. Досуг в истории мировой культуры.
3. Специфика организации досуга для разных возрастных групп.
4. Роль различных видов искусства и художественной литературы в досуговой деятельности.
5. Анимация в культурном туризме.
6. Анимация в экскурсионном сервисе.
7. Анимация в музеях.
8. Анимация в агротуризме.
9. Анимация в санаторно-курортном деле и рекреации.
10. Анимация в спортивно-оздоровительных комплексах

. Практическое занятие 4 по теме Организация деятельности предприятий питания; инновационные способы обслуживания на предприятиях питания

Продолжительность 2 часа.

Форма практического занятия - заслушивание и обсуждение докладов с презентациями

Перечень докладов для обсуждения на практическом занятии

1. Состояние и перспективы развития рынка услуг предприятий питания (г. Москвы, Московской области, региона, страны)
2. Состояние и перспективы развития конкретного сегмента (быстрого питания, предприятий национальной кухни, предприятий питания для детей и т.д.) рынка услуг предприятий питания (г. Москвы, Московской области, региона, страны)
3. Особенности организации диетического и лечебного питания
4. Особенности организации питания спортсменов (занимающихся конкретным видом спорта)
5. Особенности организации питания на транспорте (железнодорожном, водном, воздушном)
6. Пищевые религиозные обряды и особенности организации питания верующих или паломников
7. Традиции питания разных народов и особенности организации питания иностранных туристов в гостинице
7. Организация работы складского хозяйства предприятий с полным производственным циклом, заготовочных, доготовочных. Функции кладовщика.
8. Роль и значение тарного хозяйства. Классификация и виды тары. Стандартизация тары. Организация работы с тарой. Мероприятия по снижению потерь по таре.
9. Классификация транспортных средств. Транспортные тарифы, их виды и выбор.



10. Условия создания цехов, их классификация и взаимосвязь. Бесцеховая структура, ее целесообразность.

Перечень вопросов для самостоятельного изучения

1. Воздушный Кодекс Российской Федерации.
2. Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации.
3. Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта.
4. Кодекс внутреннего водного транспорта Российской Федерации.
5. Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации.
6. Характеристика отдельных отечественных авиакомпаний (Аэрофлот – международные авиалинии, Трансаэро, Пулково, Красэйр и т.д.).
7. Характеристика отдельных зарубежных авиакомпаний (KLM, British Airways, Luftganza, Air France и др.).
8. Новые технологии, используемые при перевозке туристов различными видами транспорта.
9. Сервис для пассажиров при перевозке различными видами транспорта.

Перечень вопросов для самостоятельного изучения

1. Основные термины и понятия экскурсионной деятельности.
2. Цели и задачи экскурсии.
3. Признаки экскурсии, определяющие её специфику.
5. Классификация экскурсий по различным признакам и их краткая характеристика.
6. Компоненты, специфика и особенности классификационных групп экскурсий.
7. Процесс подготовки экскурсии. Направления по подготовке новой экскурсии.
8. Этапы подготовки новой экскурсии. Требования к отбору экскурсионных объектов.
9. Виды экскурсионных маршрутов и требования к ним.
10. Составление «портфеля» экскурсовода.

Практическое занятие 5 по теме Калькуляция стоимости гостиничных услуг Продолжительность 4 часа.

Форма практического занятия - разбор кейсов

Ситуация 1

Семья из 6 человек выбрала для своего отдыха курортную гостиницу «Морской рай». Дежурный администратор предложила им размещение 4 – х человек в номере на втором этаже, а 2– х на – шестом этаже. Через некоторое время они вновь обратились в службу приема и размещения, т. к. проживание на разных этажах вызвало некоторое неудобство в общении членов семьи.

Задание

1. Дайте характеристику:
 - а) современным методам управления различными операционными процессами в гостинице;
 - б) классификации номерного фонда гостиницы и предложите варианты размещения семьи;
2. Проанализируйте операционный процесс размещения гостей и зон обслуживания в службе приема и размещения.

Ситуация 2



Менеджер гостиницы по управлению качеством услуг, изучая спрос потребителя, постоянно ищет новые идеи. «Новый товар», как правило, является воплощением генерированной идеи менеджмента гостиничного предприятия, его внедрение должно оправдать надежды на существенный прилив дополнительных доходов и прибыли.

Задание

1. Перечислите виды платных и бесплатных дополнительных услуг в гостиницах.
2. Разъясните влияние новых продуктов на психологию клиента.
3. Поясните значение товарной инновации, как метода управленческого решения.

Кейс 1: Изучив ситуацию, аргументированно ответьте на вопросы:

1. Фирма, максимизирующая прибыль, стремится к нулевым транзакционным издержкам. Как Вы думаете, они больше в России или в западных странах? Почему?
2. Допустим ли «блеф» в бизнесе?
3. Согласны ли Вы с высказыванием, что благополучие и конкурентоспособность фирмы зависят от степени доверия этой фирме? Для каких отраслей это действительно важно?
4. Приведите примеры транзакционных издержек в туризме и гостеприимстве.

В вопросе об эффективном размере фирмы немаловажное значение имеет теория транзакционных издержек. Обычно выделяют пять основных форм транзакционных издержек: издержки поиска информации; издержки ведения переговоров и заключения контрактов; издержки измерения; издержки спецификации и защиты прав собственности; издержки оппортунистического поведения.

Издержки поиска информации связаны с ее асимметричным распределением на рынке: на поиск потенциальных покупателей или продавцов приходится тратить время и деньги. Неполнота имеющейся информации оборачивается дополнительными расходами, связанными с покупкой товаров по ценам, выше равновесных (или продажей ниже равновесных), с потерями, возникающими вследствие покупки товаров-субститутов. Например, вместо того, чтобы искать на рынке труда специалиста для решения вновь возникшей проблемы (и нести все связанные с этим издержки: поиск, его переманивание, заключение контракта и т.д.), директор просто отдает своим подчиненным команду переключиться на новую операцию. То есть, заменяя часть рыночных сделок (транзакций) прямыми распоряжениями руководства, фирма экономит свои издержки.

Однако по мере роста размеров фирмы управление становится все более сложным и дорогостоящим. В какой-то момент предельные издержки управления (внутренние транзакционные издержки), связанные с разрастанием фирмы, начинают превосходить издержки рыночных транзакций, которые они вытесняют. Дальнейшее увеличение размеров фирмы становится неэффективным. Скажем, вместо того, чтобы что-то делать своими силами, становится выгоднее купить соответствующий товар или услугу на рынке.

Особый вид транзакционных издержек представляет собой явление, получившее в экономико-правовой литературе название "вымогательство ренты". Речь идет о создании властями различных угроз (в форме "информационных утечек") ухудшения условий хозяйствования, в ответ на которые фирмы, как правило, развивают активную лоббирующую деятельность, чтобы не допустить воплощению угрозы в реальность. Выплачиваемые при этом суммы тем значительнее, чем большую угрозу фирме несет намечаемое изменение правил.

Практическое занятие 6 по теме Тренинг по организации эффективного обслуживания



Продолжительность 14 часов.
Форма практического занятия - разбор кейсов

Методические указания по проведению тренинга по организации эффективного обслуживания

1. Общие положения

Цель практических занятий по теме «Тренинги по организации эффективного обслуживания» состоит в практическом освоении компетенций, которыми должен обладать обучающийся, направленных на приобретение знаний, умений, навыков в области продаж в сфере туризма и гостеприимства..

Задачи практических занятий состоят в следующем:

- закрепление на практике теоретических основ трейд-маркетинга;
- обучение приемам обработки и обобщения информации, необходимой для анализа конкурентной среды отрасли (на примере туризма и гостеприимства);
- обучение приемам стимулирования продаж;
- ознакомление с понятием телемаркетинга;
- обучение приемам и методам завершения продаж;
- обучение приемам проведения маркетинговых исследований и сегментации рынка сбыта услуг туризма и гостеприимства.

Интерактивные виды практических занятий

№ п/п	Наименование блока (раздела) дисциплины	Наименование видов занятий	Трудоемкость в часах	Образовательные технологии
1.	Основы продаж	Практические занятия	6	«Мозговой штурм», коллективное обсуждение
2.	Работа с клиентом	Практические занятия	8	«Мозговой штурм», разбор кейсов, работа в малых группах, коллективное обсуждение, Case Incident Method (проектный метод)

Тематика

№ п/п	Наименование блока (раздела) дисциплины	Наименование практических работ	Трудоемкость в часах
1.	Основы продаж	1.1 Услуга как продукт и объект продаж. Признаки и характеристики продукта.	1
		1.2 Трейд-маркетинг.	1
		1.3 Создание представления о продукте. Брендирование. Мерчендайзинг	1
		1.4 Продвижение и система распределения продукта	1
		1.5 Виды продаж и их специфика в сфере туризма и	1



		гостеприимства	
		1.6 Стимулирование продаж	1
2.	Работа с клиентом	2.1 Клиентоориентированный маркетинг. Маркетинговые исследования и сегментация рынка сбыта. услуг туризма и гостеприимства	1
		2.2 Ориентация в потребностях клиентов. Типы потребителей.	1
		2.3 Алгоритм успешной продажи. Удержание клиента.	1
		2.4 Преодоление возражений	1
		2.5 Методы завершения продаж	1
		2.6 Управление конфликтами. Жалобы и претензии.	1
		2.7 Интернет-продажи	1
		2.8 Информационное обеспечение продаж: CRM-системы	1

Практические задания

ЗАДАНИЕ 1

Переведите нижеприведенные характеристики товара и услуги на рациональный и эмоциональный язык соответственно.

1. Высокая цена при более высоком уровне качественных характеристик.
2. Небольшой удобный размер устройства.
3. Привлекательный внешний вид вещи.
4. Большой объем дополнительного сервиса, предоставляемого производителем дилеру.
5. Наиболее современный вариант.

ЗАДАНИЕ 2

Переведите данные характеристики товара и услуги в выгоды применительно к описанным ситуациям.

Конечный потребитель

- Стогерцевый телевизор.
- Большая клавиатура компьютера.
- Компактный размер телефона.
- Новый аромат парфюма.
- Набор теней разных цветов.
- Низкая калорийность.
- Высокая калорийность.
- Микроволновая печь имеет режим «выпечка».
- Книга маленького формата.
- Высокая производительность станка.

Посредник

- Предоставляем возможность отсрочки платежа.
- Право замены неходового товара.
- Оказываем консультации по мерчандайзингу.



- Можем обучить ваших продавцов.
- Доля рынка товара составляет 9%.
- В настоящий момент проходит активная рекламная кампания.

ЗАДАНИЕ 3

Ниже даны ответы на вопрос «Что для вас важно?» Сделайте ответную презентацию применительно к заданным продукту или услуге.

Посредник

- Товар — мебель: мне важно, чтобы товар легко продавался и не занимал много места.
- Товар — продукты питания (пельмени средней ценовой категории): хорошая прибыль, спрос, поставки вовремя.
 - Товар — новинки технического плана (цифровое фото): отсутствие риска непродачи, компактность товара, хороший гарантийный сервис.
 - Товар — сотовые телефоны: чтобы можно было получить прибыль (сейчас на сотовые телефоны практически не- возможно делать выгодную наценку), чтобы не получилось так, что модель «зависла» и ее уже нельзя продать по первоначальной цене.
 - Товар — импортные дорогие деликатесы: чтобы был ходовой и известный товар, супермаркеты у нас престижные, репутация важна.

Конечный потребитель

- Товар — оборудование для заводов: недорого, выгодно, надежно.
- Товар — услуги по подбору персонала: гарантии, что человек будет устроен на работу, возможность выбора, кандидаты должны соответствовать нашей корпоративной культуре.
 - Товар — услуги по обучению английскому языку: гарантируйте, что я выучу язык.
 - Товар — телевизоры: безопасно для зрения, надежно, красиво.
 - Товар — микроволновые печи: удобны, практичны, легки в эксплуатации.
 - Товар — декоративная косметика: не вызывает аллергии, красиво смотрится, стойкая.
 - Товар — парфюмерия элитного уровня: престижно, необычно.

ЗАДАНИЕ 4

Как, с вашей точки зрения, могут быть восприняты следующие проявления неудачного зрительного контакта:

- взгляд вниз,
- взгляд поверх слушателей или собеседника,
- не отрывает взгляд от записей,
- взгляд в сторону,
- бегающий взгляд,
- зрительный контакт все время с одним и тем же участником переговоров или презентации.

ЗАДАНИЕ 5

• Если мы ведем переговоры с одним собеседником, то какими должны быть темп и громкость речи...

— если ситуация не является конфликтной?

— если ситуация является конфликтной?

Поясните свои ответы.



• Если мы ведем публичную презентацию для большого количества людей, то какими должны быть темп и громкость речи (мы не говорим сейчас о физической слышимости для участников презентации)? Почему вы так считаете?

• В какие моменты следует замедлять темп речи во время переговоров или презентации?

• Что может дать нам пауза?

• Что такое «рубленая» речь?

• Какой должна быть речь: интонированной, т.е. с ярко выраженными логическими ударениями и повышениями и понижениями голоса, или же монотонной?

• Вы рассказали клиенту все, что хотели и могли. Он выслушал и теперь выжидательно молчит. Чего нельзя делать ни в коем случае и что следует сделать?

ЗАДАНИЕ 6

Здесь приведены основные типовые возражения при работе с посредниками. Постарайтесь найти как можно больше вариантов аргументации и наводящих вопросов.

Дорого

1. Дорого для конечного пользователя:

- Нет целевой группы,
- Товар не соответствует позиционированию нашей фирмы.

1. Дорого по сравнению с аналогичным товаром другой фирмы.

2. Дорого по сравнению с товаром той же марки, который предлагает дистрибьютор-консультант.

3. Дорого – с точки зрения вложения оборотных средств.

4. Дорого – не смогу много заработать на товаре.

5. Дорого – торг.

6. Дорого – убедите меня что с этим стоит работать.

Нам ничего не нужно

1. Другое позиционирование.

2. Позиционирование совпадает, но есть другой поставщик.

3. Недавно была проведена закупка.

4. За этим возражением кроется другая причина.

Негативный отзыв о товаре / компании

1. «Знаем на уровне слухов».

2. «Слышали из достоверных источников».

3. «Просто в это не верим».

4. Собственный негативный опыт.

Нужны условия или позиции, которые мы не сможем предоставить.

У нас есть другой поставщик.

Мы вас не знаем.

Новинка – «не хочу экспериментировать».

1. Боюсь что не будет продаваться.

2. Боюсь появления претензий и проблем.

Рынок заполнен.



ЗАДАНИЕ 7

Приведены типовые возражения конечных потребителей. Пройдите этап СОГЛАСИСЬ и УТОЧНИ, а так же дайте основные варианты того, почему такие возражения могли возникнуть, и идеи аргументации.

- Дорого
- Не устраивает
- Нет уверенности, что это действительно так
- Не нужно
- Непрестижно
- Небезопасно
- Не понимаю что это или зачем это нужно

ЗАДАНИЕ 8

Сформулируйте как можно больше направленных вопросов по следующей тематике:

- Переход с очков на линзы.
- Линзы для подростка / ребенка.
- Переход с линз длительного ношения на традиционные двухнедельные.
- Переход с традиционных двухнедельных линз на улучшенные.
- Переход или как дополнительный продукт – однодневные линзы.

ЗАДАНИЕ 9

Ответьте на следующие возражения:

- Покупка в Интернете (там немного дешевле).
- Сомневаюсь смогу ли привыкнуть.
- Дорого.
- А не вредно ли это для глаз.
- Пользуюсь линзами (линзы устаревшие), мне в свое время их врач рекомендовал.

Зачем же переходить на другие? (Возражение в ситуации, когда мы переводим клиента в порядке плановой замены на более «продвинутые» линзы).

ЗАДАНИЕ 10.

Типичные ошибки, допускаемые в ходе продаж

1. Называть стоимость услуги до начала переговоров.

Задание на исправление ошибки:

Представьте себе следующую ситуацию: вы поднимаете трубку телефона и слышите: «Здравствуйте! Наша организация хотела бы провести тренинг продаж. Сколько это у Вас будет стоить?» Что Вы ответите?

2. Начинать разговор с рассказа о своих возможностях.

Если продавец углубляется в рассказ о возможностях товара (услуги), то он лишается возможности услышать, что же нужно клиенту. Достаточно большое количество времени будет потрачено впустую.

Задание на исправление ошибки:

Вспомните случаи из Вашей практики или представьте клиента, к которому вы пришли на первую встречу. Он смотрит на вас, улыбается и говорит: «Очень рад Вас видеть! Наша организация решила начать сотрудничество с внешним бизнес-тренером. Что Вы можете нам предложить?» Что Вы ответите? Каким образом Вы можете объяснить клиенту



Ваше нежелание рассказывать о себе сразу? Какие метафоры и другие речевые приемы могут Вам помочь?

3. Не уметь объяснить, чем занимается фирма (что производит, что продаёт, чему обучает и т.д.)

Клиент может не быть специалистом в данной области, поэтому объяснение должно быть доходчивым и достаточно кратким, привлекательным и перспективным для клиента.

Задание на исправление ошибки:

Ответьте, пожалуйста, на вопрос: «И все-таки, что Вы можете нам предложить?»

4. Принимать на себя полную ответственность за результат (особенно если речь идёт о продаже услуги).

Известно, что эффективность любой услуги, весьма сложно измерить. Тренер-консультант, ректор Московского института эффективного тренинга Алексей Геращенко в курсе подготовки тренинг-менеджеров особое значение придает грамотному разделению ответственности и осознанию клиентом своей доли ответственности за результат тренинга. Он предлагает всю ответственность за результат представить в виде 100% и предложить клиенту самому назвать, сколько процентов лежит на участниках группы, сколько на организаторах программы, сколько на руководстве компании, сколько на внешнем тренере, сколько на внутреннем (если он есть) и т. д. Когда клиент называет доли, можно обсуждать, почему он видит это так, а не иначе, помогая ему адекватно оценить ситуации.

Задание на исправление ошибки:

Вы ведете переговоры, клиент протягивает Вам руку и говорит: «Готовы ли Вы принять на себя полную ответственность за дальнейшую работу?» -или, как он может в жизни сказать: «Ну, под Вашу ответственность!» Что ответили бы клиенту?

5. Сотрудничать с теми, чьи убеждения сильно отличаются от наших.

Задание на исправление ошибки:

Попробуйте сформулировать, что является достаточно веской причиной для Вашего отказа работать с клиентом. Как Вы можете сформулировать Ваш отказ, чтобы не испортить с этим клиентом отношения?

6. Ставить клиента выше себя.

Когда мы говорим о подстройке к клиенту, очень важно соблюдать баланс в отношениях. Только партнерские отношения, строящиеся на базе уважения друг к другу, могут существовать долго и приносить плоды. Но все люди разные, и клиенты, которых мы встречаем на своем пути, нередко проверяют нас на прочность.

Задание на исправление ошибки:

Вспомните ситуации из Вашего предыдущего опыта, когда клиент вел себя по отношению к Вам достаточно жестко и не стремился демонстрировать к Вам уважение. Какие вопросы ставили Вас в тупик? Какие вопросы вызывали напряжение, страх, неприязнь? Как Вы бы ответили на них сейчас? Какие практики, технологии, методы, приемы помогут Вам держать себя в руках и повысить уровень Вашей уверенности в общении с клиентом?

7. Ставить себя выше клиента.

Задание на исправление ошибки:

Вспомните ситуации из Вашего предыдущего опыта, когда Вам было сложно одобрить действия своего клиента, когда его поведение, представление о жизни, способ ведения дел, конкретные действия казались Вам недостаточно адекватными ситуации, малоэффективными, странными.

8. Настаивать на своём.



Грамотнее всего вырабатывать идею вместе с клиентом, объединяя то лучшее, что появляется на каждом шаге, помогая ему отделять зерна от плевел, продираться через буреломы сомнений и отвлечений, удерживаться на совместно выбранном курсе.

Задание на исправление ошибки:

Вспомните случай из Вашей практики, когда Вам приходилось продвигать свою идею. Какие сложности Вы встретили? Что Вы чувствовали в период переговоров? Что можно было бы изменить, чтобы Ваше общение с клиентом было более эффективным?

9. Относиться ко всем компаниям одинаково

Задание на исправление ошибки:

Как еще можно построить разговор, чтобы у клиента создалось четкое понимание того, что подобный опыт работы у Вас точно есть, даже если Вы о нем не упоминаете?

10. Довольствоваться нечёткими договорённостями

Задание на исправление ошибки:

Представьте ситуацию, что для проведения переговоров Вы договариваетесь о встрече с руководителем предприятия. Он в принципе не возражает и говорит: «Я в офисе с восьми». Ваши дальнейшие действия.

11. Не знать свои конкурентные преимущества

Задания на исправление ошибок:

Ответьте, пожалуйста, на следующие вопросы: «На что еще стоит обратить внимание, приходя на встречу с незнакомым клиентом?» 1. Какие Ваши достижения могут быть наиболее интересными данному клиенту? 2. На какие теории, исследования, книги Вы опираетесь в Вашей деятельности? У кого Вы учились? 3. С какими организациями Вы работали раньше? Какие имена могут быть на слуху у Вашего клиента? 4. В чем заключается уникальность Вашего предложения? Как она обеспечивает выгодность вашего сотрудничества? 5. Почему с Вами удобно работать? А теперь представьте, пожалуйста, что потенциальный клиент спрашивает Вас: «Почему я должен работать именно с Вами?» Как Вы ответите на этот вопрос?

ЗАДАНИЕ 11..

Вы администратор на стойке, к вам подходит совершенно разъяренный посетитель и начинает выговаривать претензии, причем в 90% этих его неурядиц ни вы, ни тем более отель вообще не виноват. Опишите, что вы будете делать и объясните, почему именно вы так поступаете.

Следующий легкий алгоритм помогает контактному персоналу (особенно новым сотрудникам) при возникновении конфликта максимально эффективно его разрешить.

Что делаем - Как делаем - Зачем.

1. Удалить гостя от других гостей (насколько возможно) - Очень вежливо, аргументируем только интересами гостя «Прошу Вас, пройдемте сюда, тут будет удобнее разговаривать» - Снять публичную напряженность, не мешать другим гостям.

2. Выслушивания - Внимательно слушаем (смотрим в глаза, киваем, мимика сочувствующая). Задаем уточняющие вопросы и разбираемся, что произошло - Гостю легче, он выговорился! Мы понимаем, что случилось.

3. Извинения - Просим прощения (в любом случае) «Извините за сложившуюся ситуацию...» - Смягчение ситуации.

4. Предлагаем решения или приглашаем человека - В максимально вежливой форме + кратко и лаконично объясняем, почему именно это решение предлагаем «Позвольте предложить Вам такое решение... Я предлагаю это потому, что...». Предупреждаем гостя «Позвольте, для решения Вашего вопроса я приглашу коллегу...». Приглашаем коллегу. Кратко объясняем коллеге, что случилось - Реальная помощь гостю! - Возможность для



гостя дополнительно «слить эмоции», комментируя проблему второй раз.

5.Итоговые извинения - Вежливо и тепло. «Еще раз извините, надеемся, теперь все будет нормально...» - Возобновление контакта.

Практическое занятие 7.

Продолжительность – 4 часа.

Форма практического занятия - защита групповых проектов

Особенности группового проекта

Вариант 1. Студенты работают в группах от трех до пяти, выполняя следующие задачи:

- Выбор туристской компании (гостиницы), бизнес которой выстроен традиционным образом, т.е. с недостаточным применением инновационных подходов.
- Детальное описание того, как бизнес функционирует в настоящее время.
- Презентация того, как бизнес может функционировать через пять лет, после внедрения принципов и подходов, рассмотренных во время изучения настоящей дисциплины.
- Разработка предварительного плана «управления изменениями» или «проектирования сервиса» которые преобразует ведение бизнеса из нынешнего в желаемое состояние.

Вариант 2. Студенты работают в группах от трех до пяти по одной из нижеперечисленных тем групповых проектов:

1. Сравнительная характеристика лечебно-оздоровительного туризма (в частности, на примере Зарубежной Европы и Кавказских Минеральных Вод, etc.)
2. Сравнительная характеристика экологического туризма в Зарубежной Европе и Северной Америке etc.)
3. Экологический и приключенческий туризм (на примере Африки, Латинской Америки, etc.)
4. Характеристика сельского туризма в различных регионах мира.
5. Характеристика паломнического туризма на Ближнем Востоке.
6. Религиозно-познавательный туризм в Зарубежной Европе и Южной Азии.
7. Характеристика туризма с целью отдыха и развлечений (на примере Австралии, США, Германии, Испании).
8. География тематических парков (на примере Европы, Северной Америки).
9. Характеристика инсентив-туризма в различных регионах мира.
10. Национальные парки мира: региональные модели и тенденции развития.

Заочная форма обучения

7 семестр

Практическое занятие 1 по теме 3: Планирование обслуживания

Продолжительность занятия - 1 час.

Практическое занятие 2 по теме 4: Организация турагентской деятельности

Продолжительность занятия - 1 час.

Практическое занятие 3 по теме 6: Информационное обеспечение туристской деятельности, системы бронирования в туризме, мобильный туроперейтинг

Продолжительность занятия - 2 час.

Практическое занятие 4 по теме 7: Расчет стоимости туристских услуг и продуктов

Продолжительность занятия - 2 час.



8 семестр

Практическое занятие 1 по теме 1: Методы проектирования обслуживания в гостиничном бизнесе

Продолжительность занятия - 2 час.

Практическое занятие 2 по теме 2: Организация гостиничной деятельности; инновационные технологии обслуживания в гостиничном бизнесе

Продолжительность занятия - 2 час.

Практическое занятие 3 по теме 3: Организация услуг развлечения; инновационные методы в организации досуговой деятельности

Продолжительность занятия - 1 час.

Практическое занятие 4 по теме 6: Калькуляция стоимости гостиничных услуг

Продолжительность занятия - 1 час.

8.Перечень основной и дополнительной учебной литературы; перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечень информационных технологий, необходимых для освоения дисциплины, используемых при осуществлении образовательного процесса

8.1. Основная литература

1.. Организация приема и обслуживания туристов: Учебное пособие / Т.Л. Тимохина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013 Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=400614>

2. Технология и организация гостиничных услуг: Уч./Л.Н.Семеркова, В.А.Белякова, Т.И.Шерстобитова и др. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=473650>

3. Организация сервисного обслуживания в туризме: Учебное пособие / Т.А. Джум, С.А. Ольшанская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=478441>

8.2.Дополнительная литература

1. Технологии организации туроператорской деятельности (для бакалавров).Учебник : учебник / А.С. Кусков, Н.В. Сирик. — Москва : КноРус, 2018

Режим доступа: <https://www.book.ru/book/926585>

2. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности : учебно-методическое пособие / Т.А. Кольчугина. — Москва : КноРус, 2016. Режим доступа: <https://www.book.ru/book/925872>

3. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие / С.С. Скобкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014 Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=468869>

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1..ИНИОН РАН – оптические компакт-диски (CD-ROM) – <http://www.inion.ru>.

2.Электронный банк данных Российской книжной палаты (РКП) «Российская национальная библиотека» - <http://www.bockhamber.ru>.

3.Научная электронная библиотека e-library: <http://www.e-library.ru/>



1. <http://www.turlib.ru> – туристическая библиотека «Все о туризме»
2. Главный Портал Индустрии гостеприимства и питания <http://www.NoReCa.ru>
3. Консультант + <http://www.consultant.ru/>
4. Туристическая поисковая система <http://www.turpoisk.ru/>
5. Туристическая система <http://ruspo.ru/>
9. Система поиска туров <http://ruspo.ru/>
10. Сайт Всемирной туристской организации <http://www.world-tourism.org>
11. Сайт Федерального агентства по туризму <http://www.russiatourism.ru/>
12. Сайт Российского союза туриндустрии <http://www.rostourunion.ru/>
13. Сайт Ассоциации туроператоров России <http://www.ator.ru>

8.4. Перечень программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office
3. База данных: «Открытые данные Ростуризма – наборы данных»
<http://opendata.russiatourism.ru/opendata>
4. База данных: «Реестр инновационных продуктов, технологий и услуг, рекомендованных к использованию в Российской Федерации» <https://innoprod.startbase.ru/>
5. База данных: «ГОСТ эксперт – Единая база ГОСТов РФ» <http://gostexpert.ru/>
6. Справочно-правовая система «Консультант+» [информационно-справочная система]:
<http://www.consultant.ru>
7. Интернет-версия справочно-правовой системы "Гарант" (информационно-правовой портал "Гарант.ру") [информационно-справочная система]: <http://www.garant.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Процесс изучения дисциплины предусматривает контактную (работа на лекциях и практических занятиях) и самостоятельную (самоподготовка к лекциям и практическим занятиям) работу обучающегося.

В качестве основных форм организации учебного процесса по дисциплине «**Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве**» выступают лекционные и практические занятия (с использованием интерактивных технологий обучения, посещение профильных выставок), а также самостоятельная работа обучающихся.

- лекции

Теоретические занятия (лекции) организуются по потокам. На лекциях излагаются темы дисциплины, предусмотренные рабочей программой, акцентируется внимание на наиболее принципиальных и сложных вопросах дисциплины, устанавливаются вопросы для самостоятельной проработки.

Каждая лекция по дисциплине «**Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве**»

- освещает определенную тему (проблему), тесно связана с предыдущим материалом;
- , содержит достаточное количество ярких и убедительных примеров, фактов, обоснований, имеет четко выраженную связь с практикой
- вызывает у обучающихся необходимый интерес познания, дает направление для самостоятельной работы;
- отражает методическую обработку материала (выделение главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их в различных формулировках);
- является наглядной, сочетается с демонстрацией аудиовизуальных материалов, макетов, моделей и образцов;



- излагается четким и ясным языком, содержит разъяснение всех вновь вводимых терминов и понятий.

Конспект лекций является базой при подготовке к практическим занятиям, к экзаменам, а также самостоятельной научной деятельности.

Изложение лекционного материала рекомендуется проводить в мультимедийной форме (в виде, например, презентаций).

При этом основным методом ведения лекции является метод проблемного изложения материала, а также используются интерактивные формы (например: **лекции – диалог** - лекция через серию вопросов, на которые студент должен отвечать непосредственно в ходе лекции, **проблемная лекция (ПЛ)** - введение нового знания через проблемность вопроса, **лекция – дискуссия** как это публичное обсуждение какого-либо проблемного вопроса, проблемы. Лекция-дискуссия оправдывает свое название в том случае, если обсуждаемый вопрос сложен, важен и неоднозначен по ходу и толкованию, т.е. предполагает альтернативные ответы. Целью такого занятия является формирование оценочных суждений, утверждение мировоззренческих позиций. Участников лучше разделить на подгруппы, каждой из которых предстоит дискутировать с другой по заранее разработанным вопросам, подготовить сообщения и аргументы.

- практические занятия

Практические занятия по дисциплине **«Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве»** проводятся с целью приобретения практических навыков в сфере гостиничного и туристического бизнеса.

Практические занятия по дисциплине **«Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве»** – метод репродуктивного обучения, обеспечивающий связь теории и практики, содействующий выработке у студентов умений и навыков применения знаний, полученных на лекции, непосредственно на практическом занятии и в ходе самостоятельной работы.

Практическое занятие предполагает по заданию и под руководством преподавателей выполнение и презентацию студентами результатов индивидуальной работы, подготовку и презентацию индивидуальных докладов по одной из проблемных тем дисциплины.

Практические занятия, включенные в изучение дисциплины **«Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве»**, направлены на формирование у студентов практических умений, практических навыков в области туристской и гостиничной деятельности, развитие навыков командной работы, коммуникативной компетентности.

Практические занятия по дисциплине проводятся в специализированном кабинете, оснащённом стендами, мультимедийным техническим оборудованием и специализированным оборудованием, а также на базе туристских и гостиничных предприятий.

Практические занятия способствуют более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой практикума выступают типовые задачи, которые должен уметь решать специалист в области туризма и гостеприимства

По дисциплине **«Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве»** используются интерактивные формы практических занятий:

- заслушивание и обсуждение докладов с презентациями,
- диспут,
- мастер-класс,
- практическое занятие-беседа,
- выполнение контрольных заданий,



тренинг,
разбор кейсов,
решение задач;
выездные занятия,
смешанная форма практического занятия, на котором сочетается обсуждение докладов с разбором конкретных ситуаций, а также с беседой..

Заслушивание и обсуждение докладов с презентациями способствует более глубокому пониманию теоретического материала учебного курса, а также развитию, формированию и становлению различных уровней составляющих профессиональной компетентности студентов. Основой докладов выступают проблемы, которые должен уметь решать специалист в области туризма и гостеприимства .

Диспут – (лат.) ученый спор, прение, состязание, защита, оправдание сочинения. По Ожегову: диспут - публичный спор на научную или общественную важную тему. Остановимся подробнее на особенностях диспута как наиболее коллективной форме работы студентов.

«Скажи мне - и я забуду; покажи мне - может быть, я запомню; вовлеки меня – и я пойму». Эти слова Конфуция помогают работе со студентами.

Диспут предполагает коллективное обсуждение какой-либо проблемы с целью установления путей ее достоверного решения. Он проводится в форме диалогического общения его участников. Предполагает высокую умственную активность, прививает умение вести полемику, обсуждать проблему, защищать свои взгляды и убеждения, лаконично и ясно излагать мысли.

Целью проведения диспута является формирование оценочных суждений, утверждение мировоззренческих позиций.

Основными функциями диспута являются: познавательная, воспитательная; функция контроля содержания, глубины и систематичности самостоятельной работы студентов, а также функция организационно-ориентационная и систематизирующая обучение. Он используется при анализе проблемных ситуаций, когда необходим простой и однозначный ответ на вопрос, при этом имеются альтернативные варианты ответов.

Основными действующими лицами на «занятии -диспуте», выступают: докладчик, содокладчик, оппонент (критик), эксперт, «провокактор», ассистент, наблюдатель и другие.

Функции действующих лиц на занятии -диспуте.

Докладчик - излагает в краткой форме сущность защищаемой точки зрения, позиции.

Содокладчик - аргументирует, обосновывает, иллюстрирует позицию докладчика, может представлять статистические сведения, факты.

Оппонент (критик) - высказывает собственную точку зрения по рассматриваемому вопросу, отличающуюся от изложенной, докладчиком, приводит контрольные примеры и контраргументы.

Эксперт - проводит сравнительный анализ аргументов и контраргументов, определяет их достоверность.

«Провокактор» - задает «спорные» вопросы, приводит неожиданные примеры, инициирует общую дискуссию

Ассистент - осуществляет материально-техническое обеспечение (плакаты, схемы, диаграммы, слайды и т. д.)

С целью вовлечения в дискуссию всех присутствующих целесообразно использовать метод сотрудничества, который основывается на взаимном обучении при совместной работе. В этом случае интегрируются интеллектуальные усилия и энергия сокурсников для достижения единой цели.



Таким образом, занятие – диспут – это специально подготовленный и организованный научный спор на актуальную тему, в котором участвуют две или более стороны, отстаивающие свои позиции.

Столкновение мнений с целью формирования суждений оценок, которое отличает диспут от беседы с лекцией как нельзя лучше отвечает обостренной потребности аудитории стремлению вникнуть в суть проблемы, обозначить свою позицию, детерминировать частности. Диспут учит умению защищать свои взгляды, убеждать в них других людей и в то же время требует мужества отказаться от ложной точки зрения, выдержки не отступить от этических норм и требований.

Диспут еще ценен тем, что знания, добытые в ходе столкновения мнений, отличаются высокой мерой обобщенности, глубиной, прочностью и сознательностью усвоения.

Диспут требует от того, кто его проводит тщательной подготовки. Крайне важно, чтобы вопросы, которые выносятся на обсуждение, содержали значимую для аудитории тематику и по-настоящему волновали их. В то же время диспут – это смотр всех педагогических качеств педагога и его педагогической квалификации. Педагогу на диспуте надо уметь сказать так, чтобы аудитория почувствовала в его слове волю. Культуру, личность. настоящий педагог не торопится отвергать ошибочные суждения. Не позволяют себе грубо вмешиваться в спор, навязывать свою точку зрения. Источник: https://superinf.ru/view_helpstud.php?id=636

Мастер-класс - это главное средство передачи концептуальной новой идеи своей авторской системы. Профессионал на протяжении ряда лет вырабатывает индивидуальную авторскую систему, включающую целеполагание, проектирование, использование последовательности ряда известных приемов и методов, мероприятий, собственные «ноу-хау», учитывает реальные условия работы с различными категориями клиентов и т.п.

Форма работы мастер-класса зависит от наработанного мастером стиля своей профессиональной деятельности, который, в конечном итоге, и задает на мастер-классе изначальную точку отсчета в построении общей схемы проведения этого интереснейшего мероприятия. Мастер-классы способствуют личностной ориентации студента, формированию его вкусов и интересов, вводят молодого человека в мир гуманитарной культуры.

Мастер-класс характеризуется следующим:

- метод самостоятельной работы в малых группах, позволяющий провести обмен мнениями;
- создание условий для включения всех в активную деятельность;
- постановка проблемной задачи и решение ее через проигрывание различных ситуаций;
- приемы, раскрывающие творческий потенциал как Мастера, так и участников мастер-класса;
- формы, методы, технологии работы должны предлагаться, а не навязываться участникам;
- представление возможности каждому участнику отнестись к предлагаемому методическому материалу;
- процесс познания гораздо важнее, ценнее, чем само знание;
- форма взаимодействия - сотрудничество, сотворчество, совместный поиск.

Целью проведения мастер-класса является:

-профессиональное, интеллектуальное и эстетическое формирование у студента необходимых компетенций и интереса к профессиональной деятельности.

В это понятие вкладывается, прежде всего, развитие в ходе мастер-класса способности студента самостоятельно и нестандартно мыслить. В контексте мастер-класса



профессиональное мастерство означает прежде всего умение быстро и качественно решать образовательную задачу в практическом поле выбранного предмета

Задачами являются:

- преподавание студенту основ профессионального отношения к избранной специальности.
- обучение профессиональному языку той или иной отрасли.
- передача продуктивных способов работы - прием, метод, методика или технология.
- адекватные формы и способы представления своего опыта.

Методика проведения мастер-классов не имеет каких-либо строгих и единых норм. В большинстве своем, она основывается как на интуиции мастера - преподавателя ("учителя"), так и на восприимчивости студента ("ученика"). Мастер-класс - это двусторонний процесс, и отношения "учитель-ученик" являются совершенно оправданными. Поэтому мастер-класс нередко называют школой.

Разбор кейсов (case-study - метод анализа конкретной ситуации, ситуационный анализ, анализ конкретных ситуаций) – это педагогическая технология, основанная на моделировании ситуации или использования реальной ситуации в целях анализа данного случая, выявления проблем, поиска альтернативных решений и принятия оптимального решения проблем.

Ситуационный анализ (разбор конкретных ситуаций, case-study), дает возможность изучить сложные или эмоционально значимые вопросы в безопасной обстановке, а не в реальной жизни с ее угрозами, риском, тревогой о неприятных последствиях в случае неправильного решения.

Анализ конкретных ситуаций (case-study) - эффективный метод активизации учебно-познавательной деятельности обучаемых.

Ситуация – это соответствующие реальности совокупность взаимосвязанных факторов и явлений, размышлений и надежд персонажей, характеризующая определенный период или событие и требующая разрешения путем анализа и принятия решения.

Учебный процесс должен организовываться таким образом, чтобы практически все учащиеся оказывались вовлеченными в процесс познания. Они имеют возможность понимать и рефлексировать по поводу того, что они знают и думают. Совместная деятельность учащихся в процессе познания, освоения учебного материала означает, что каждый вносит свой особый индивидуальный вклад, идет обмен знаниями, идеями, способами деятельности. Причем, происходит это в атмосфере доброжелательности и взаимной поддержки, что позволяет не только получать новое знание, но и развивает саму познавательную деятельность, переводит ее на более высокие формы кооперации и сотрудничества.

Цель обучаемых - проанализировать данные ситуации, найденные решения, используя при этом приобретенные теоретические знания.

Тренинг ([англ. training](#) от *train* — обучать, воспитывать) —

метод активного обучения, направленный на развитие знаний, умений и навыков и социальных установок. Тренинг достаточно часто используется, если желаемый результат — это не только получение новой информации, но и применение полученных знаний на практике.

Тренинг может рассматриваться с точки зрения разных парадигм:

- тренинг как своеобразная форма дрессировки, при которой при помощи положительного подкрепления формируются нужные паттерны поведения, а при помощи отрицательного — «стираются» нежелательные;
- тренинг как тренировка, в результате которой происходит формирование и отработка умений и навыков;



- тренинг как форма активного обучения, целью которого является передача знаний, развитие некоторых умений и навыков;
- тренинг как метод создания условий для самораскрытия участников и самостоятельного поиска ими способов решения собственных психологических проблем.

Для использования тренинга во-первых, нужно понять, что тренинг - это не просто тренировка или лекция, это – нечто большее. Но при этом он включает в себя их элементы. Программа тренинга такова, что включает в себя и теоретический материал, и практическую часть, призванную привить и развить у человека определенные навыки и умения. Причем последней уделяется основное внимание. Тренинг всегда практичен, его задачи жизненны, предназначены для воплощения в повседневной реальности. Этим он отличается от лекции, где только рассказывается «как надо». В тренинге же моделируется ситуация, которая тут же разыгрывается участниками, а затем обсуждается. Благодаря этому теоретическая информация прорабатывается в условиях реального времени, в результате участник кроме знаний выносит реальный опыт. Важной особенностью тренинга является также то, что он всегда проводится в группе. Такая категоричность в обязательном взаимодействии людей имеет под собой основания в ряде психологических законов. Группа - это не просто несколько человек, это единый организм, обладающий своей коллективной памятью. Поэтому, благодаря методам, которые предполагает тренинг, развитие и рост личности протекают быстрее. Это объясняется законом синергии, что делает обучение в разы эффективнее, чем при индивидуальном обучении. – Материал взят с SYL.ru: https://www.syl.ru/article/167973/new_chto-takoe-trening-i-zachem-on-nujen-tseli-i-vidyi-treningov

Практическое занятие-беседа заключается в свободном обмене мнениями по изучаемой теме.

Выполнение контрольных заданий и решение задач способствует овладению практическими навыками и умениями.

Проведение выездных занятий позволяет студентам ознакомиться с деятельностью предприятий туристической и индустрии гостеприимства.

- самостоятельная работа обучающихся.

Целью самостоятельной работы обучающихся является формирование способностей к самостоятельному познанию и обучению, поиску литературы, обобщению, оформлению и представлению полученных результатов, их критическому анализу, поиску новых и нестандартных решений, аргументированному отстаиванию своих предложений, умений подготовки выступлений и ведения дискуссий.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «**Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве**» проводится с целью:

- систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
- углубления и расширения теоретических знаний;
- формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию и специальную литературу;
- развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности;
- формирования самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации;
- формирования общих и профессиональных компетенций
- развитию исследовательских умений

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося



Формы самостоятельной работы

Подготовка индивидуальных заданий:

- написание доклада,
- подготовка реферата;
- работа в электронной образовательной среде,
- подготовка презентаций по темам.
- конспектирование, составление обзоров по темам
- выполнение домашних контрольных заданий и решение задач;.
- самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, тренировочные упражнения, опыты, задачи, тесты).
- выполнение творческих заданий по групповому проекту.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося.

Перечень тем самостоятельной работы студентов по подготовке к лекционным и практическим занятиям соответствует тематическому плану рабочей программы дисциплины.

10. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю):

Учебные занятия по дисциплине «**Организация обслуживания в туризме и гостеприимстве**». проводятся в следующих оборудованных учебных кабинетах, оснащенных соответствующим оборудованием.

Вид учебных занятий по дисциплине	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования
Занятия лекционного типа, групповые и индивидуальные консультации, текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации: учебная аудитория, Специализированная учебная мебель. ТСО: видеопроекторное оборудование; ноутбук с возможностью подключения к сети Интернет Доска
Занятия семинарского типа	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа учебная аудитория, Специализированная учебная мебель. ТСО: Переносное видеопроекторное оборудование для презентаций, ноутбук. Доска.
Самостоятельная работа обучающихся	помещение для самостоятельной работы, Специализированная учебная мебель. Автоматизированные рабочие места студентов с возможностью выхода в информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет». Помещение для самостоятельной работы в читальном зале библиотеки филиала Специализированная учебная мебель



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТУРИЗМА И СЕРВИСА»

СМК РГУТИС

Лист 119 из 110

	ТСО: Автоматизированные рабочие места студентов с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
--	---