

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА»

Утверждаю:
Декан естественно-географического
факультета



С.В. Желов
«30» августа 2018 г

Рабочая программа дисциплины

«Организация туроператорской и турагентской деятельности»

Уровень основной профессиональной образовательной программы: бакалавриат

Направление подготовки: 43.03.02 Туризм

Направленность (профиль) подготовки: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг

Форма обучения: очная

Сроки освоения ОПОП: 4 года - нормативный

Факультет: естественно-географический

Кафедра: экономической и социальной географии и туризма

Рязань 2018

ВВОДНАЯ ЧАСТЬ

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Организация туроператорской и турагентской деятельности» является формирование компетенций ФГОС ВО, посредством получения обучающимися знаний и умений в области туроператорской и турагентской деятельности в максимально структурированном виде, отработка навыков применения полученных знаний на практике.

2. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВУЗА

2.1 Учебная дисциплина «Организация туроператорской и турагентской деятельности» относится к вариативной части блока Б1. Обязательные дисциплины (Б1.В.ОД.16).

2.2 Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие предшествующие дисциплины:

- Организация туристской деятельности;
- Технология внутреннего туризма;

2.3 Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной

- Технология въездного и выездного туризма.
- Туристско-рекреационное проектирование.

2.4. Перечень планируемых результатов по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы:

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных (ОК), общепрофессиональных компетенций (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций:

2.4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ:

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание Компетенции (ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся		
			Знать	Уметь	Владеть
1	ОК- 6	Способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международной политики государства, международного и российского права.	основы общеправовых знаний в туризме, в том числе с учетом социальной политики государства. Современное состояние и тенденции развития туризма. Нормативно-правовые документы национального и международного уровня, регулирующие договорные отношения в туризме.	Использовать общеправовые знания и навыков общения в профессиональной деятельности. Применять на практике знания об организации и применении современных технологий по производству, продвижению и реализации турпродукта. Производить экспертную оценку оптимальности обслуживания туристов на исследуемых турах.	Навыками создания новых туристских продуктов и услуг с учетом общеправовых знаний. Оперативной информацией о текущем состоянии отдельных участников туристской деятельности в России и за рубежом. Организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности.
2	ОПК – 2	Способностью к разработке туристского продукта	Теоретические основы проектирования программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей. Порядок и основные параметры составления программы обслуживания.	Диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии. Разрабатывать меры по предупреждению и преодолению проблемных ситуаций в туристской индустрии. Планировать и осуществлять контроль за реализацией тури-	Основными терминами и понятиями, относящимися к туристской деятельности. Навыками составления программ обслуживания и другой технологической документации тура, составлять договорной план по организации тура. Навыками составления

			Условия взаимоотношения с партнерами-поставщиками услуг.	стического проекта, обеспечить координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии.	проекта договора, с гостиницами, ресторанами, транспортными предприятиями, музеем.
3	ПК-4	Способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства.	Правила, порядок разработки, утверждения, внедрения и соблюдения стандартов, организации работы персонала. Технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии. Особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме.	Применять знания в области стандартизации туристических услуг и контроля их выполнения, организации работы персонала. Выбирать и применять эффективные технологии продаж. Разрабатывать калькуляцию для конкретного тура.	Технологией разработки стандартов организации. Методами контроля и оценки качества туристских услуг, измерения удовлетворенности потребителей и персонала. Навыками практической работы с использованием информационных технологий в страховании туристов. Навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта.

2.5 Карта компетенций дисциплины.

КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ ДИСЦИПЛИНЫ				
НАИМЕНОВАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ Организация туроператорской и турагентской деятельности				
Цель дисциплины	Целями освоения учебной дисциплины «Организация туроператорской и турагентской деятельности» является формирование компетенций ФГОС ВО посредством получения обучающимися знаний и умений в области туроператорской и турагентской деятельности в максимально структурированном виде, отработка навыков применения полученных знаний на практике.			
В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие				
КОМПЕТЕНЦИИ	Перечень	Технологии	Форма оценоч-	Уровни освоения компе-

ИН-ДЕКС	ФОРМУЛИРОВКА	компонентов	формирования	ного средства	тенции
Общекультурные компетенции:					
ОК – 6	Способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права.	<p>Знания основы общеправовых знаний в туризме, в том числе с учетом социальной политики государства.</p> <p>Современное состояние и тенденции развития туризма.</p> <p>Нормативно-правовые документы национального и международного уровня, регулирующие договорные отношения в туризме.</p> <p>Умения</p> <p>Использовать общеправовые знания и навыков общения в профессиональной деятельности.</p> <p>Применять на практике знания об организации и применении современных технологий по производству, продвижению и реализации турпродукта.</p>	<p>Лекции с использованием слайд-презентаций.</p> <p>Лабораторные работы</p> <p>Работа с учебной и научной литературой.</p>	<p>Разбор лабораторных работ (отчет).</p> <p>Индивидуальное устное собеседование.</p> <p>Тестирование.</p> <p>ИДЗ</p> <p>Экзамен</p>	<p style="text-align: center;"><u>ПОРОГОВЫЙ</u></p> <p>Знает основы общеправовых знаний в туризме, в том числе с учетом социальной политики государства. Современное состояние и тенденции развития туризма.</p> <p>Нормативно-правовые документы национального и международного уровня, регулирующие договорные отношения в туризме.</p> <p style="text-align: center;"><u>ПОВЫШЕННЫЙ</u></p> <p>Может свободно использовать общеправовые знания и навыков общения в профессиональной деятельности.</p> <p>Применять на практике знания об организации и применении современных технологий по производству, продвижению и реализации турпродукта. Производить экспертную оценку оптимальности обслуживания туристов на исследуемых турах.</p> <p>Владеть навыками создания</p>

		<p>Производить экспертную оценку оптимальности обслуживания туристов на исследуемых турах.</p> <p>Навыки</p> <p>Навыками создания новых туристских продуктов и услуг с учетом общеправовых знаний.</p> <p>Оперативной информацией о текущем состоянии отдельных участников туристской деятельности в России и за рубежом.</p> <p>Организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности.</p>			<p>новых туристских продуктов и услуг с использованием современных технологий и методов проектирования.</p> <p>Оперативной информацией о текущем состоянии отдельных участников туристской деятельности в России и за рубежом. Организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности.</p>
--	--	---	--	--	---

Общепрофессиональные компетенции

ОПК-2	Способность к разработке туристического продукта	<p>Знания</p> <p>Теоретические основы проектирования программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих</p>	<p>Лекции с использованием слайд-презентаций.</p> <p>Лабораторные ра-</p>	<p>Разбор лабораторных работ (отчет).</p> <p>Индивидуальное устное собеседование.</p>	<p align="center"><u>ПОРОГОВЫЙ</u></p> <p>Знает и объясняет теоретические основы проектирования программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам по-</p>
-------	--	--	---	---	---

		<p>щих запросам потребителей. Порядок и основные параметры составления программы обслуживания. Условия взаимоотношения с партнерами-поставщиками услуг. Умения</p> <p>Диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии. Разрабатывать меры по предупреждению и преодолению проблемных ситуаций в туристской индустрии. Планировать и осуществлять контроль за реализацией туристического проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии. Навыки Основными терминами и понятиями, относящимися к</p>	<p>боты</p> <p>Работа с учебной и научной литературой.</p>	<p>Тестирование. ИДЗ Экзамен</p>	<p>требителей. Порядок и основные параметры составления программы обслуживания. Условия взаимоотношения с партнерами-поставщиками услуг.</p> <p style="text-align: center;"><u>ПОВЫШЕННЫЙ</u></p> <p>Может свободно диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии. Разрабатывать меры по предупреждению и преодолению проблемных ситуаций в туристской индустрии. Навыками планирования и осуществлять контроль за реализацией туристического проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии. Основными терминами и понятиями, относящимися к туристской деятельности. Навыками составления программ обслуживания и другой технологической доку-</p>
--	--	---	--	--	---

		<p>туристской деятельности.</p> <p>Навыками составления программ обслуживания и другой технологической документации тура, составлять договорной план по организации тура.</p> <p>Навыками составления проекта договора, с гостиницами, ресторанами, транспортными предприятиями, музеем.</p>			<p>ментации тура, составлять договорной план по организации тура.</p> <p>Навыками составления проекта договора, с гостиницами, ресторанами, транспортными предприятиями, музеем.</p>
--	--	--	--	--	--

Профессиональные компетенции

ПК-4	<p>Способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства.</p>	<p>Знания</p> <p>Правила, порядок разработки, утверждения, внедрения и соблюдения стандартов, организации работы персонала.</p> <p>Технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии.</p> <p>Особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме.</p>	<p>Лекции с использованием слайд-презентаций.</p> <p>Лабораторные работы</p> <p>Работа с учебной и научной литературой.</p>	<p>Разбор лабораторных работ (отчет).</p> <p>Индивидуальное устное собеседование.</p> <p>ИДЗ</p> <p>Тестирование.</p> <p>Экзамен</p>	<p style="text-align: center;"><u>ПОРОГОВЫЙ</u></p> <p>Знает правила, порядок разработки, утверждения, внедрения и соблюдения стандартов.</p> <p>Технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии.</p> <p>Особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме.</p> <p style="text-align: center;"><u>ПОВЫШЕННЫЙ</u></p> <p>Хорошо умеет применять</p>
------	--	---	---	--	--

		<p>Умения Применять знания в области стандартизации туристических услуг и контроля их выполнения, организации работы персонала. Выбирать и применять эффективные технологии продаж. Разрабатывать калькуляцию для конкретного тура.</p> <p>Навыки Владения технологией разработки стандартов организации. Методами контроля и оценки качества туристических услуг, измерения удовлетворенности потребителей и персонала. Навыками практической работы с использованием информационных технологий в страховании туристов. Навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта.</p>			<p>знания в области стандартизации туристических услуг и контроля их выполнения; Выбирать и применять эффективные технологии продаж. Разрабатывать калькуляцию для конкретного тура.</p> <p>Свободно владеет технологией разработки стандартов организации. Методами контроля и оценки качества туристических услуг, измерения удовлетворенности потребителей и персонала. Навыками практической работы с использованием информационных технологий в страховании туристов. Навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта.</p>
--	--	---	--	--	---

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

1. Объем учебной дисциплины и виды учебной нагрузки

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		№ 6	часов
1	2	3	
1. Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) (всего)	32	32	
В том числе:			
Лекции (Л)	16	16	
Лабораторные работы (ЛР)	16	16	
2. Самостоятельная работа студента	76	76	
В том числе			
<i>СРС в семестре:</i>			
Курсовая работа	36	36	
Другие виды СРС:			
Подготовка к защите отчета по лабораторным работам	16	16	
Подготовка к индивидуальному собеседованию по теоретическим разделам	16	16	
Подготовка к тестированию знаний фактического материала	4	4	
Подготовка индивидуального домашнего задания, презентации	4	4	
<i>СРС в период сессии</i>	36	36	
Вид промежуточной аттестации	экзамен (Э)	экзамен (Э)	экзамен (Э)
ИТОГО: Общая трудоемкость	часов	144 часов	144 часов
	зач. ед.	4 зач.ед	4 зач.ед

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.

2.1. Содержание разделов учебной дисциплины

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Содержание раздела в дидактических единицах
6	1	Понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности	Туроператоры как субъекты рынка туризма. Классификация туроператоров. Инициативные и рецептивные туроператоры и их особенности. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-туроператоры. Профиль работы туристического оператора. Функции туроператора. Схема сотрудничества туроператора: с Meet-компаний, гостиничных предприятий, авиакомпаний, железных дорог, автотранспортного хозяйства. Технологии организации круизов. Визовая поддержка туристов.
6	2	Туристская инфраструктура как фактор формирования и реализации турпродукта в туроператорской деятельности	Виды поставщиков услуг в туризме. Договор между туроператорами. Договора с поставщиками услуг туроператора, с гостиничным предприятием, с предприятием питания, автотранспортным предприятием, музеем и экскурсионной фирмой. Поставщики туристических услуг. Переговоры и заключение договоров с поставщиками услуг.
6	3	Документооборот в туристическом предприятии.	Виды технологической документации тура. Бланки строгой финансовой отчетности. Туристский ваучер и памятка туристу. Договор с клиентом и лист бронирования. Основные нормативные требования и содержание клиентского договора. Справочные материалы и прайс-листы оператора. Понятие «папка тура».
6	4	Продвижение туристского продукта	Формирование сбытовой сети. Внешние и внутренние каналы сбыта. Основные формы продажи турпродукта: формальная сеть, собственные бюро продаж, контрагентская сеть. Каналы продвижения турпродукта. Розничные агентства и оптовые туристские фирмы. Традиционные и нетрадиционные фирмы продаж турпродукта. Подбор партнеров по сбыту.
6	5	Методы и нормативная база рекламы турист-	Типичные цели рекламы в туризме: информативная, убеждающая, напоминающая.

		ского продукта. Практические решения по рекламе.	Нормативная основа рекламной деятельности; сложность рекламы турпродукта. Выбор средств рекламы или рекламоносителей.
6	6	Этапы создания туристской фирмы	Нормативно-правовая база деятельности туристской фирмы. Создание туристской фирмы. Материально-техническая база, безопасность и организационно-правовые формы туристского предприятия. Документы, необходимые для работы фирмы. Профессиональные стандарты для специалистов турбизнеса. Структура фирмы. Материально-техническая база и безопасность фирмы. Выбор организационно-правовых форм деятельности предприятия.
6	7	Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса.	Понятие сегментирования рынка. Требования к рыночному сегменту. Факторы формирования спроса. Современные тенденции туристского спроса и предложения. Бизнес-планирование в туризме. Цель и задачи бизнес-планирования. Этапы создания и основные требования к содержанию бизнес-плана. Описание бизнеса предприятия. Перечень целей и задач, сопроводительная информация, концепция, ресурсы, управление, финансовые ожидания предприятия.
6	8	Работа с клиентом	Технология продаж. Типы клиентов. Работа с клиентом до и после подписания договора. Работа с клиентом в сложных ситуациях. Специфика работы с индивидуальным клиентом (заказной тур). Виды конфликтов. Взаимодействие с клиентом после завершения путешествия. Условия, препятствующие совершению путешествия. Порядок предоставления информации о маршруте. Инструктаж клиентов, необходимый объем информации об условиях размещения, уровне комфорта, о трансфере и условиях питания, экскурсий, дополнительных услугах. Факторы риска и правила безопасности при совершении путешествия. Работа с претензиями.

2.2. Разделы учебной дисциплины, виды учебной деятельности и формы контроля

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды учебной деятельности, включая самостоятельную работу студентов (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)
			Л	ЛР	СРС	Всего	
6	1	Понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности	2	2	10	14	1 – 2 неделя Индивидуальное собеседование, защита лабораторной работы. Тестирование. ИДЗ
6	2	Туристская инфраструктура как фактор формирования и реализации турпродукта в туроператорской деятельности	2	2	8	12	3 – 4 неделя Индивидуальное собеседование, защита лабораторной работы. Подготовка курсовой работы
6	3	Туристская документация.	2	2	8	12	5 – 6 неделя Индивидуальное собеседование, защита лабораторной работы. Подготовка курсовой работы
6	4	Продвижение туристского продукта	2	2	10	14	7 – 8 неделя Индивидуальное собеседование, защита лабораторной работы. Подготовка курсовой работы
6	5	Методы и нормативная база рекламы туристского продукта. Практические решения по рекламе.	2	2	10	14	9-10 неделя Индивидуальное собеседование, защита лабораторной работы. Подготовка курсовой работы
6	6	Этапы создания туристской фирмы	2	2	10	14	11 – 12 неделя Индивидуальное собеседование, защита лабораторной работы. Подготовка курсовой работы
6	7	Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса.	2	2	12	16	13-14 неделя Индивидуальное собеседование, защита лабораторной работы. Тестирование. Подготовка курсовой работы

							ты
6	8	Работа с клиентом	2	2	8	12	15-16 неделя Защита лабораторной работы, индивидуальное собеседование. Подготовка курсовой работы
		ИТОГО за семестр с экзаменом	16	16	76	144	Экзамен – 36 часов

1.3. Лабораторный практикум

№ семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Наименование лабораторных работ	Всего часов
6	1	Понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности	Туристический рынок и его функции	2
6	2	Туристская инфраструктура как фактор формирования и реализации турпродукта в туроператорской деятельности	Анализ поставщиков туристических услуг. Схема сотрудничества.	2
6	3	Туристская документация.	Документооборот туристического предприятия	2
6	4	Продвижение туристского продукта	Основные инструменты продвижения туристического продукта.	2
6	5	Методы и нормативная база рекламы туристского продукта. Практические решения по рекламе.	Принципы рекламной политики в туризме.	2
6	6	Этапы создания туристской фирмы	Разработка проектов учредительных документов и их подготовка для регистрации. Правовая регистрация предприятия.	2
6	7	Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса.	Сегментирования туристского рынка по возрасту, уровню доходов и образования.	2
6	8	Работа с клиентом	Презентация тура: эмоциональное и логическое убеж-	2

			дение туриста. Завершение продаж в минимальные сроки.	
			Итого	16

2.4. Примерная тематика курсовых работ

1. Причины и факторы возникновения и развития туроператорской деятельности.
2. Технология разработки туроператорского продукта.
3. Туроператор и турагент как субъекты туристического рынка.
4. Роль турагентской и туроператорской деятельности на рынке туристских услуг.
5. Анализ развития экологического туризма в Америке, как фактора организации туроператорской деятельности.
6. Анализ культурно-исторических ресурсов региона (по выбору), как фактора формирования турпродукта
7. Методика оценки экономической эффективности туроператорской и турагентской деятельности.
8. Анализ туристской инфраструктуры, как фактора формирования турпродукта (на примере отдельно взятого региона России).
9. Анализ туристской инфраструктуры, как фактора формирования турпродукта (на примере зарубежной страны).
10. Оценка ресурсов развития вида туризма (по выбору), как фактора организации туроператорской деятельности.
11. Сущность и принципы стратегического управления туроператорской фирмой.
12. Анализ внешней среды и конкурентных сил в сфере туроператорской и турагентской деятельности.
13. Анализ туристско-рекреационного потенциала района Рязанской области (по выбору), как фактора формирования турпродукта.
14. Банковские и финансовые услуги в развитии туроператорского и турагентского бизнеса.
15. Правовое и экономическое регулирование отношений в сфере туроператорских услуг.
16. Роль государства и задачи государственной политики в развитии туроператорской деятельности.
17. Анализ туристской инфраструктуры (на примере отдельно взятой страны), как элемента туроператорской деятельности.
18. Нормативно – правовая база осуществления туроператорской деятельности.
19. Анализ предпосылок развития и функционирования туристских кластеров России, как основы деятельности внутреннего туроператора.

20. Российское законодательство, регламентирующее турагентскую деятельность.
21. Использование природно-климатических ресурсов в создании туроператорского турпродукта.
22. Использование историко-культурных достопримечательностей в создании туроператорского турпродукта.
23. Оценка ресурсов развития горного туризма в России с целью организации туроператорской деятельности.
24. Организация страхования в туроператорской деятельности.
25. Туристические формальности в организации туроператорской деятельности.
26. Храмы и монастыри Рязанской области как объект культурно-познавательного туризма
27. Особенности организации туристской деятельности (на примере региона России)
28. Анализ туристской инфраструктуры Северо-Западного федерального округа, как фактора формирования турпродукта.
29. История развития спортивного туризма в России
30. Исследование туристской инфраструктуры как фактора формирования турпродукта Японии

3. Самостоятельная работа студента

3.1 Виды СРС

№ Семестра	№ раздела	Наименование раздела учебной дисциплины	Виды СРС	Всего часов
6	1	Понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка к индивидуальному собеседованию (работа с литературой, первоисточниками, сайтами) 2. Подготовка к лабораторной работе (работа с литературой, первоисточниками, сайтами) 3. Подготовка к тестированию 4. Подготовка ИДЗ 	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>4</p>
6	2	Туристская инфраструктура как фактор формирования и реализации турпродукта в туроператорской деятельности	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка к индивидуальному собеседованию (работа с литературой, первоисточниками, сайтами) 2. Подготовка к лабораторной работе (работа с литературой, первоисточниками, сайтами) 3. Подготовка курсовой работы (определение актуальности темы). 	<p>2</p> <p>2</p> <p>4</p>
6	3	Туристская доку-	<ol style="list-style-type: none"> 1. Подготовка к индивидуальному собесед- 	2

		ментация.	<p>дованию (работа с литературой, первоисточниками, сайтами)</p> <p>2. Подготовка к лабораторной работе (работа с литературой, первоисточниками, сайтами)</p> <p>3. Подготовка курсовой работы (работа в библиотеке)</p>	<p>2</p> <p>4</p>
6	4	Продвижение туристского продукта	<p>1. Подготовка к индивидуальному собеседованию (работа с литературой, первоисточниками, сайтами)</p> <p>2. Подготовка к лабораторной работе (работа с литературой, первоисточниками, сайтами)</p> <p>3. Подготовка курсовой работы (сбор материала, работа с сайтами)</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>6 (4;2)</p>
6	5	Методы и нормативная база рекламы туристского продукта. Практические решения по рекламе.	<p>1. Подготовка к индивидуальному собеседованию (работа с литературой, первоисточниками, сайтами)</p> <p>2. Подготовка к лабораторной работе (работа с литературой, первоисточниками, сайтами)</p> <p>3. Подготовка курсовой работы (анализ материала, работа с сайтами)</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>6 (4;2)</p>
6	6	Этапы создания туристской фирмы	<p>1. Подготовка к индивидуальному собеседованию (работа с литературой, первоисточниками, сайтами)</p> <p>2. Подготовка к лабораторной работе (работа с литературой, первоисточниками, сайтами)</p> <p>3. Подготовка курсовой работы (анализ материала, работа с сайтами)</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>6 (4;2)</p>
6	7	Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса.	<p>1. Подготовка к индивидуальному собеседованию (работа с литературой, первоисточниками, сайтами)</p> <p>2. Подготовка к лабораторной работе (работа с литературой, первоисточниками, сайтами)</p> <p>3. Подготовка к тестированию</p> <p>4. Подготовка курсовой работы (оформление работы, подготовка доклада)</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>6 (4;2)</p>
6	8	Работа с клиентом	<p>1. Подготовка к индивидуальному собеседованию (работа с литературой, первоисточниками, сайтами)</p> <p>2. Подготовка к лабораторной работе (работа с литературой, первоисточниками,</p>	<p>2</p> <p>2</p>

			сайтами) 3. Подготовка курсовой работы (оформление работы, подготовка презентации)	4
		Итого в семестре		76

3.2. График работы студента

Семестр № 6

Форма оценочного средства	Условные обозначения	Номер недели															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Индивидуальное собеседование	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС	ИС
Защита лабораторных работ	ЗЛР	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛ Р	ЗЛР
Подготовка индивидуального домашнего задания	ИДз	ИД з	ИД з														
Тестирование	Тс	Тс	Тс											Тс	Тс		
Курсовая работа	Кр			Кр	Кр	Кр	Кр	Кр	Кр	Кр	Кр	Кр	Кр	Кр	Кр	Кр	Кр

3.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Примерные темы для самостоятельной подготовки студентов.

1. Туроператоры как субъекты рынка туризма. Основы туроператорской деятельности.
2. Нормативно – правовая база осуществления туроператорской деятельности.
3. Особенности аутгоинга (формирование выездных туров).
4. Особенности работы инкаменгово туроператора.
5. Особенности работы инсайдингово туроператора.
6. Причины сложности аутгоинга по сравнению с другими видами туроперейтинга.
7. Профиль туроператора и факторы определяющие его профиль.
8. Презентативная и репрезентативная схемы организации поездок: преимущества и недостатки.
9. Meet-компании и особенности их деятельности.
10. Основные поставщики туристических услуг. Схемы сотрудничества туроператора и поставщика туристических услуг.
11. Документация отношений туроператора и Meet-компании, их обязанности.
12. Безопасность деятельности туристических предприятий.
13. Применение чартерных программ в туризме. Достоинства и недостатки чартерных программ.
14. Услуги железных дорог при организации туров.
15. Технология организации зарубежных круизов.
16. Услуги автотранспортного хозяйства при организации туров.
17. Взаимоотношения туристического оператора и экскурсионных компаний.
18. Страхование российских туристов, выезжающих в туристическую по-

ездку.

19. Продвижение тура как совокупность методов и инструментов, позволяющих вывести турпродукт на рынки.
20. Функции туристических агентств, обязанности туроператора по агентскому договору и способы стимулирования агентской активности.
21. Технология разработки туристического продукта.
22. Основные потребительские свойства туристического продукта.
23. Алгоритм повышения конкурентоспособности туристического продукта.
24. Охарактеризуйте понятие «Сглаживание сезонности» в туроперейтинге.
25. Охарактеризуйте понятие «Ресурсные потоки» в туроперейтинге.
26. Охарактеризуйте алгоритм разработки стратегии продвижения регионального турпродукта.
27. Алгоритм формулировки рекламных идей с ориентиром на различные целевые группы.
28. Классификация турпродукта по основному виду используемого транспортного средства.
29. Классификация турпродукта по целям путешествия.
30. Классификация турпродукта по продолжительности тура.
31. Классификация турпродукта по географическим направлениям.
32. Классификация по специфике комплектации турпродукта.
33. Факторы внутренней и внешней среды туроператора и турагентства.
34. Этапы создания туристской фирмы.
35. Стратегические аспекты деятельности туристического предприятия.
36. Организационная культура и имидж турфирмы.
37. Алгоритм работы с клиентом.
38. Квалификационные требования предъявляемые к менеджеру туристического агентства.
39. Алгоритм работы менеджера с заявками клиента.

40. Использование информационных технологий в туроператорской деятельности.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине призвана не только закреплять и углублять знания, полученные на аудиторных занятиях, но и формировать умения ориентироваться в многообразии материала, умения обобщать, реферировать, умения организовать свое время, способствовать развитию у студентов творческих навыков, выразить свою точку зрения на изученные вопросы и задания. При выполнении самостоятельной работы студенту необходимо прочитать теоретический материал не только в учебниках и учебных пособиях, указанных в библиографических списках, но и познакомиться с монографическими исследованиями.

3.3.1. Контрольные работы/рефераты

Примерные темы рефератов.

1. Причины и факторы возникновения и развития туризма.
2. Факторы конкурентоспособности туристского обслуживания.
3. Роль турагентской и туроператорской деятельности на рынке туристских услуг.
4. Европейские туроператоры и их роль на европейском туристском рынке.
5. Проблемы изучения спроса на туристские товары и услуги
6. Методика оценки экономической эффективности турпродукта.
7. Показатели потребительских свойств тура.
8. Примеры различных тематических программ обслуживания.
9. Сущность и принципы стратегического управления турфирмой.
10. Анализ внешней среды и конкурентных сил в сфере туризма.
11. Стратегии поведения фирмы в условиях конкуренции.
12. Банковские и финансовые услуги в развитии туристского бизнеса.
13. Роль информационных услуг в становлении и развитии туристской индустрии.
14. Правовое и экономическое регулирование отношений в сфере туризма.
15. Роль государства и задачи государственной политики в развитии туризма.
16. Структура управления туристской отраслью в РФ.
17. Роль международных туристских организаций в развитии туризма.

18. Особенности паспортно-визового режима в РФ, странах СНГ, зарубежных странах.
19. Международный туризм в странах Западной Европы.
20. Туристско-рекреационный потенциал Скандинавских государств
21. Международный туризм в странах Центральной и Восточной Европы.
22. Международный туризм в странах Южной Европы.
23. Международный туризм в странах Юго-Восточной Азии.
24. Международный туризм в странах Южной Азии.
25. Туристско-рекреационный потенциал Японии.
26. Туристско-рекреационный потенциал Китая.
27. Египет как основной туристский район Африки.
28. Туристские ресурсы Австралии и Новой Зеландии.
29. Международный туризм в Российской Федерации.
30. Черноморское побережье Кавказа как основная рекреационная зона России.
31. Туристские районы Центральной России.
32. Москва и Санкт-Петербург – основные туристские центры России.

Рекомендации к подготовке рефератов

Тема рефератов определяется программой курса и индивидуально преподавателем и студентом. Он должен раскрыть обозначенную проблему на основе проработки литературных источников и материалов периодической печати, а также материалов Интернет.

В начале реферата обозначается цель работы и проводится ее план. В конце прилагается список использованных источников с указанием страницы для статьи – для страницы издания. В тексте необходимы ссылки на источники. Содержание реферата представляется на практической работе с последующим обсуждением. Реферат должен быть выполнен аккуратно, ярким литературным языком, напечатан, с выполнением требований к их оформлению. Подготовка реферата преследует целью выявление возможностей студента работать самостоятельно, анализировать и обобщать использованный материал.

Контрольные работы выполняются в виде тестирования и выполнения заданий по контурным картам

Примерные вопросы для проведения тестирования

(Вопросы с выбором правильного ответа из общего числа предложенных)

1. К основным туристским услугам относятся:
 - а) включенные в договор и оплаченные посетителем турфирмы
 - б) оплаченные в момент потребления во время путешествия или в месте пребывания
2. Туроператор занимается созданием, продвижением и реализацией:
 - а) туристских товаров
 - б) туристских услуг
 - в) туристского продукта
3. Групповой тур – это ...
 - а) inclusiv tour
 - б) package tour
 - в) заказной тур
4. Какие обозначения класса обслуживания туристов применяются в практике турфирм:
 - а) super – класс
 - б) ultra super класс
 - в) VIP – класс (1 класс)
 - г) Бизнес – класс
 - д) Туристский класс
 - е) Эконом – класс
5. Из чего складывается цена турпакета?
 - а) затраты на производство тура
 - б) цены конкурентов на аналогичный продукт
 - в) уровень спроса на данный турпродукт
 - г) сезонность в туризме
 - д) экономическая и политическая ситуация в стране
 - е) топливный сбор
 - ж) имидж фирмы
6. Стандартные виды питания на туре:
 - а) НВ
 - б) FB
 - в) ВВ
 - г) All inclusive
 - д) без питания
7. Какой из видов туристской документации является бланком строгой финансовой отчетности?
 - а) туристский ваучер
 - б) путевка ТУР – 1
 - в) памятка туристу
 - г) лист бронирования
8. Что такое туристская виза?

а) отметка в паспорте дипломатическими представительствами иностранных государств

- б) специальный вкладыш в паспорт
- в) отдельный сопроводительный документ туриста

9. Что такое туристский ваучер?

- а) финансовый документ турфирмы
- б) документ, подтверждающий бронирование и оплату услуг отеля
- в) финансовое обязательство отеля

10. Что такое «поставщики услуг»?

- а) каналы продвижения турпродукта
- б) каналы реализации турпродукта
- в) предприятия и организации, принимающие участие в организации обслуживания туристов.

11. Что такое «форс-мажорные обстоятельства»?

- а) отказ от исполнения условий договора любой из сторон
- б) обстоятельства непреодолимой силы
- в) неспособность одной из сторон осуществить условия клиентского соглашения

12. Язык оформления международных соглашений:

- а) русский язык
- б) государственные языки сторон соглашения
- в) приемлемый третий язык
- г) двуязычное соглашение – на русском языке и языке, выбранном партнером

13. Фирменный стиль туристского предприятия – это ...

- а) важный психологический фактор для клиента при выборе фирмы
- б) показатель успешной работы фирмы на рынке
- в) неременное требование к наружному и внутреннему оформлению фирмы и исполнению рекламно-информационных материалов

14. С какими паспортами российских граждан работают турфирмы?

- а) служебный паспорт
- б) дипломатический паспорт
- в) паспорт моряка
- г) общегражданский загранпаспорт

15. Ребенок может иметь загранпаспорт:

- а) с 6 лет
- б) с момента рождения
- в) с 14 лет
- г) с 18 лет

16. Для посещения зарубежных стран с туристскими целями россиянам необходимо наличие:

- а) деловой визы
- б) частной визы
- в) рабочей визы
- г) туристской визы

17. Для въезда в какие европейские страны россиянам не нужна виза?

- а) Украина
- б) Хорватия
- в) Черногория
- г) Болгария
- д) Польша
- е) Чехия

18. Шенгенская виза, выданная одной из стран Шенгенского соглашения, дает разрешение на посещение:

- а) этой страны
- б) некоторых стран – участниц
- в) всех стран – участниц

19. Наличие визы:

- а) разрешает въезд в государство
- б) гарантирует въезд на территорию страны
- в) подтверждает регистрацию паспорта в консульстве государства, которое предстоит посетить

20. Пакет услуг (турпакет) – это ...

- а) набор туристской документации
- б) произведенный оператором турпродукт, состоящий из определенного набора услуг
- в) упаковка для рекламной продукции

21. Общие требования, предъявляемые к туристской услуге подразделяются на: (отметить V)

- а) обязательные
- б) желательные
- в) рекомендуемые
- г) nereкомендуемые

22. К обязательным требованиям туристской услуги относятся:

- а) привлекательность
- б) доступность
- в) безопасность жизни и здоровья туристов
- г) сохранность имущества туристов
- д) охрана окружающей среды

23. К рекомендуемым требованиям туристической услуги относятся:

- а) соответствие назначению
- б) привлекательность услуги
- в) точность и своевременность исполнения
- г) комплексность

д) этичность обслуживающего персонала

е) комфорт и эргономичность

ж) эстетичность

24. Программа обслуживания – это ...

а) расписание авиа и авто перевозок на туре

б) комплекс досуговых услуг на туре

в) набор услуг, предоставляемых туристам в соответствии с тематикой тура, заранее оплаченный и расписанный по времени проведения тура

25. Поставщики услуг подбираются по:

а) региональному интересу

б) личным предпочтениям участников переговоров

в) виду туризма

г) содержанию программ обслуживания

д) сегменту потребителей в возрастном, социальном и экономическом плане

е) деловым качествам и репутации

ж) рекомендации двух участников рынка

26. Дайте полное написание вариантов питания:

а) FB

б) HB

в) VB

27. К факультативным условиям договора между туроператором и турагентом относятся:

а) юридические адреса сторон

б) форс-мажорная оговорка

в) фактические адреса сторон

г) порядок рассмотрения претензий

д) порядок и условия внесения изменений в обязательства сторон по договору

28. Сделки с отечественными и зарубежными турфирмами составляются и подписываются в:

а) одном экземпляре

б) двух экземплярах

в) трех экземплярах

29. Памятка для туристов относится к числу:

а) обязательных документов туристов

б) рекомендуемых документов

в) бланком строгой финансовой отчетности

30. Прайс-лист – это ...

а) информация о ценах на различные туристические услуги

б) справочный материал на маршруте

в) рекламные проспекты и буклеты

31. «Папка тура (маршрута)» создается для:

- а) рекламы турпродукта
- б) продвижения турпродукта
- в) для обеспечения бесперебойной работы турпредприятия

32. Укажите, на каком этапе деятельности турфирмы необходима разработка бизнес-плана предприятия:

- а) до принятия решения о создании предприятия
- б) при начале деятельности турфирмы
- в) при возникновении финансовых проблем

33. Укажите основную характеристику первичного телефонного разговора с клиентом:

- а) краткий, но информационно полный разговор
- б) насыщенный ценовой информацией разговор
- в) вежливый, но не содержащий значащей информации разговор

34. Укажите возможную причину депортации туриста из страны следования:

- а) нарушение таможенных правил и норм поведения Российской Федерации
- б) нарушение законодательства страны следования
- в) отказ партнера в предоставлении услуг, заказанных фирмой

35. Назовите документ, являющийся неотъемлемой частью клиентского договора:

- а) карта местности
- б) памятка туристу
- в) страховой полис
- г) лист бронирования

36. Укажите, в каком виде ведется рабочая документация фирмы:

- а) в электронном виде
- б) на бумажных носителях
- в) и на электронных и на бумажных носителях

37. Укажите две формы формирования каналов сбыта турпродукта:

- а) внешние каналы
- б) внутренние каналы
- в) собственные бюро продаж туроператора

38. Укажите три основных критерия при выборе партнеров по сбыту турпродукта:

- а) имидж фирмы
- б) стаж работы предприятия
- в) дееспособность фирмы
- г) отзывы конкурентов
- д) кредитоспособность предприятия
- е) правоспособность фирмы

39. Укажите 4 основных правовые документа, регламентирующие деятельность туристских предприятий:

- а) Федеральный Закон «О рекламе»

- б) Федеральный Закон «О защите прав потребителей»
 - в) Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
 - г) Федеральный Закон «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию»
 - д) Гражданский Кодекс Российской Федерации
 - е) Уголовный Кодекс российской Федерации
 - ж) Кодекс Законов о труде
40. Укажите срок подачи письменных жалоб в туризме:
- а) 30 дней с момента заключения договора
 - б) 20 дней с момента начала путешествия
 - в) 20 дней с момента завершения путешествия
 - г) 10 дней с момента завершения путешествия.

Контрольная работа выполняется в виде ответов на тесты. Тестовые вопросы имеют несколько вариантов ответов, из которых необходимо выбрать один или нескольких правильных ответов из общего числа предложенных. При написании контрольной работы необходимо внимательно прочитать задание, продумать ответ.

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (см. Фонд оценочных средств)

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1	Хайретдинова, О.А. Технология и организация туроператорской деятельности: Учебное пособие для студентов и преподавателей / О.А. Хайретдинова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Уфимский государственный университет экономики и сервиса" (УГУЭС). - Уфа : Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2015. - 107 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-88469-747-8 ; То же [Электронный ре-	1 – 8	6	ЭБС	-

	сурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445129 (29.11.2017).				
2	Тимофеев, М.С. Современное направление развития турагентской деятельности в РФ: проблемы и перспективы / М.С. Тимофеев. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 117 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89716 (29.11.2017).	1 – 8	6	ЭБС	-

5.2. Дополнительная литература

№ п/п	Автор (ы), наименование, место издания и издательство, год	Используется при изучении разделов	Семестр	Количество экземпляров	
				В библиотеке	На кафедре
1	2	3	4	5	6
1	Еремеев, А.Ю. Методическое обеспечение разработки нового турпродукта / А.Ю. Еремеев. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 122 с. - ISBN 978-5-504-00620-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140733 (29.11.2017).	1 – 8	6	ЭБС	-
2	Трусова, Н.М. Туризм: междисциплинарный аспект : конспект лекций / Н.М. Трусова, С.А. Мухамедиева, Ю.В. Ключев ; Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет культуры и искусств», Социально-гуманитарный институт, Кафедра экономики социальной сферы. - Кемерово : КемГУКИ, 2015. - 171 с. - Библи. в кн. - ISBN 978-5-8154-0292-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438391 (29.11.2017).	1 – 8	6	ЭБС	-
3	Скляр, М. Public Relations в системе маркетинга коммуникаций туроператора / М. Скляр. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 136 с. - ISBN 978-5-905815-52-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97364 (29.11.2017).	1 – 8	6	ЭБС	-
4	Сухов, Р.И. Организация туристской деятельности : учебник / Р.И. Сухов. - Ростов на Дону : Издательство Южного федерального университета, 2016. - 267 с. : схем., табл., ил. - Библиогр.: с. 228-230. - ISBN 978-5-9275-2003-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462032 (29.11.2017).	1 – 8	6	ЭБС	-

5	Управление рисками и страхование в туризме [Текст]: учебное пособие / Т.А. Федорова. – Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2017 – 192 с.	1 – 8	6	16	0
6	Чудновский, Алексей Данилович. Безопасность бизнеса в индустрии туризма и гостеприимства [Текст] : [учебное пособие] / А. Д. Чудновский, Ю. М. Белозерова. - Москва : Форум: ИНФРА-М, 2017. - 336 с. : ил. - (Высшее образование). - Библиогр.: с. 302-305. - Рек. Ассоциацией вузов туристского образования. - ISBN 978-5-8199-0502-9 : 758-20.	1 – 8	6	34	1
7	Чудновский, Алексей Данилович. Франчайзинг – эффективная форма управления в гостиничном и туристском бизнесе [Текст] : монография / А. Н. Чудновский, М. А. Жукова. - Москва : КноРус, 2016. - 210 с. - Библиогр.: с. 206-210. - ISBN 978-5-406-05019-4 : 448-00.	1 – 8	6	8	0
8	Пахомова, Ольга Михайловна. Стандартизация и контроль качества туристских услуг [Текст] : учебное пособие / О. М. Пахомова. - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 135 с. - (Высшее профессиональное образование. Бакалавриат). - Библиогр.: с. 133-134. - Рек. ФГБОУ ВПО "Российский государственный ун-т туризма и сервиса". - ISBN 978-5-16-010354-9 : 278-37.	1 – 8	6	28	0
9	Туризм. Транспортные туры и круизы. [Текст]: учебное пособие / И.И. Бутко – Ростов на Дону: МарТ: Феникс. 2010 – 332 с.	1 – 8	6	10	0
10	Технология создания турпродукта [Текст]: учебное пособие / В.А. Веткин – Москва: Финансы и статистика: ИНФРА-М, 2010 – 240 с.	1 – 8	6	10	-
11	Гаренских, Эдуард Анатольевич. Подготовка, оформление и выдача документов при продаже туров за границу в офисе турагентства [Текст] : учебное, практическое пособие для студентов и менеджеров / Гаренских, Э. А. - Рязань : Голос губернии, 2009. - 204 с. - (Туризм и сервис). - ISBN 978-5-98436-014-2 : 360-00.	1 – 8	6	17	1

Нормативная:

1. ГОСТ Р 51185-2008, Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования.
2. ГОСТ Р 50690-2000, Туристские услуги. Общие требования.
3. ГОСТ 28681.3-95, Туристско-экскурсионное обслуживание. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.
4. ГОСТ 28681.1-95 , Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг.

5. ГОСТ 30602-97 , Общественное питание. Термины и определения.
6. ГОСТ Р 40.003-2005, Система сертификации ГОСТ Р. Регистр систем качества. Порядок сертификации систем менеджмента качества на соответствие ГОСТ Р ИСО 9001-2001 (ИСО 9001:2000).
7. ГОСТ Р 40.003-2008, Система сертификации ГОСТ Р. Регистр систем качества. Порядок сертификации систем менеджмента качества на соответствие ГОСТ Р ИСО 9001-2008 (ИСО 9001:2008).
8. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 2, статья 971 ГК, договор поручения;
9. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 2, статья 973, исполнение поручения в соответствии с указаниями доверителя;
10. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 2, статья 974, обязанности поверенного;
11. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 2, статья 975, обязанности доверителя;
12. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 2, статья 976, передоверие исполнения поручения;
13. Действующее международное право. Т. 1.- М.: Московский независимый институт международного права, 1996. С. 811 - 816. (Извлечения) «Манильская декларация о мирном разрешении Международных споров» (Принята 15.11.1982 Резолюцией 37/10 на 68-ом пленарном заседании Генеральной Ассамблеи ООН);
14. Справочные системы «Гарант», «Консультант - плюс».

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

1. Сайт «Университетская библиотека Online» - URL: <http://www.biblioclub.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
2. Сайт электронной библиотеки диссертаций Российской государственной библиотеки. URL: <http://www.rsl.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU. – URL. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 18.11.2017)
4. Сайт научной библиотеки РГУ им. С.А. Есенина . – URL: <http://library.rsu.edu.ru> (дата обращения 18.11.2017)
5. Электронно-библиотечная система «Юрайт» <https://www.biblio-online.ru/> (дата обращения 18.11.2017)
6. Академия Google – поисковая система, разработанная специально для студентов, ученых и исследователей, предназначена для поиска информации в онлайн-о академических журналах и материалах,

прошедших экспертную оценку <https://scholar.google.ru/> (дата обращения 18.11.2017)

7. Электронно-библиотечная система «Издательство «Лань». – URL: <http://e.lanbook.com> (дата обращения 18.11.2017)
8. Российское образование – федеральный портал, где представлены нормативные документы, государственные образовательные стандарты, публикации - <http://www.edu.ru/> (дата обращения 18.11.2017)

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://tourexpi.com/ru/index.html> Интернет сайт для турагентств и туристов [Электронный ресурс] : сайт содержит информацию о международном туристическом рынке и рассчитан на специалистов туристического бизнеса из разных стран. (дата обращения 18.11.2017)
2. <http://www.travel.ru/search/result.html>. Информационный сайт Travel [Электронный ресурс] : на сайте представлена вся справочная информация о туризме и путешествиях. (дата обращения 18.11.2017)
3. <http://www.tourbus.ru/archive> Туристический бизнес для профессионалов [Электронный ресурс] : база данных содержит свежую информацию о всех событиях, происходящих на туристическом рынке. (дата обращения 18.11.2017)
4. http://www.tourlib.net/statti_tourism/tropina2.htm/ Электронная туристическая библиотека [Электронный ресурс] : на страницах сайта публикуются научные статьи, методические пособия, программы учебных дисциплин направления «Туризм». (дата обращения 18.11.2017)

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: стандартно оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций: видеопроектор, экран настенный, ноутбук с дисководом, колонки.

6.2. Требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: видеопроектор, ноутбук с установленными программами MS Office, Word, Excel, PowerPoint переносной экран, колонки.

7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ для ФГОС ВПО

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Во время лекции студенты должны внимательно слушать преподавателя, не отвлекаться. Во время чтения лекции преподавателем студенты составляют конспект: кратко, схематично, последовательно фиксируют основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечают важные мысли, выделять ключевые слова, термины. При работе с лекцией необходимо обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации или на практическом занятии. Уделить внимание основным понятиям.
Лабораторные занятия, собеседование	При выполнении заданий лабораторной работы студенту необходимо внимательно просмотреть конспекты лекции по соответствующей теме. Прочитать материал по теме, обсуждаемой на занятии, в учебнике. Прочитать дополнительную литературу по соответствующей теме. Выполнить предложенные преподавателем задания по лабораторной работе. Проверить правильность выполнения полученных заданий. Подготовиться к устным ответам к вопросам, предложенным для обсуждения. При необходимости задать вопрос преподавателю на занятии.
Контрольная работа (тестирование)	Изучение материалов основной и дополнительной литературы по темам тестирования. Изучение справочных изданий, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Проработка конспекта лекций по соответствующей тематике.
Индивидуальное	При работе над ИДЗ необходимо формулировать тему; подобрать и изучить основных источни-

домашнее задание	ков по теме; составить библиографию; обработать и систематизировать информацию; разработать план; подготовить ИДЗ. Содержание ИДЗ должно отражать: знание современного состояния проблемы; обоснование выбранной темы; использование известных результатов и фактов; полноту цитируемой литературы, ссылки на работы ученых, занимающихся данной проблемой; актуальность поставленной проблемы; материал, подтверждающий научное, либо практическое значение в настоящее время.
Подготовка к экзамену	При подготовке к экзамену необходимо изучить вопросы или задания, предложенные преподавателем. При подготовке необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую основную и дополнительную литературу, материалы выполненных практических работ, материалы подготовленных рефератов.

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

1. Использование слайд-презентаций при проведении лекционных и практических занятий.
2. Проверка заданий и рефератов посредством электронной почты.

10. Требования к программному обеспечению учебного процесса

Перечень информационных технологий (лицензионное программное обеспечение, информационно-справочные системы)

Название ПО	№ лицензии
Операционная система WindowsPro	договор №Tr000043844 от 22.09.15г
Антивирус Kaspersky Endpoint Security	договор №14/03/2018-0142 от 30/03/2018г.
Офисное приложение Libre Office	свободно распространяемое ПО
Архиватор 7-zip	свободно распространяемая

Браузер изображений Fast Stone ImageViewer	свободно распространяемая
PDF ридер Foxit Reader	свободно распространяемая
Медиа проигрыватель VLC mediaplayer	свободно распространяемая
Запись дисков Image Burn	свободно распространяемая
DJVU браузер DjVuBrowser Plug-in	свободно распространяемая
Само-турагент	Свободно распространяемая
Название ПО	№ лицензии

Приложение 1

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине для промежуточного контроля успеваемости

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции) или её части)	Наименование оценочного средства
1.	Понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности	ОК – 6, ОПК – 2, ПК – 4.	
2	Туристская инфраструктура как фактор формирования и реализации турпродукта в туроператорской деятельности		
3	Документооборот в туристическом предприятии.		
4	Продвижение туристского продукта		

5	Методы и нормативная база рекламы туристского продукта. Практические решения по рекламе.		Экзамен
6	Этапы создания туристской фирмы		
7	Сегментирование туристского рынка и прогнозирование спроса.		
8	Работа с клиентом		

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Индекс компетенции	Содержание компетенции	Элементы компетенции	Индекс элемента
ОК – 6	Способностью использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства, международного и российского права.	ЗНАТЬ	
		1. основы общеправовых знаний в туризме, в том числе с учетом социальной политики государства.	ОК6 31
		2. Современное состояние и тенденции развития туризма.	ОК6 32
		3. Нормативно-правовые документы национального и международного уровня, регулирующие договорные отношения в туризме.	ОК 6 33
		УМЕТЬ	
		1. Использовать общеправовые знания и навыков общения в профессиональной деятельности.	ОК6 У1
		2. Применять на практике знания об организации и применении современных технологий по производству, продвижению и реализации турпродукта.	ОК6 У2
		3. Производить экспертную оценку оптимальности обслуживания туристов на исследуемых турах.	ОК6 У3
		ВЛАДЕТЬ	

		1. Навыками создания новых туристских продуктов и услуг с учетом общеправовых знаний.	ОК6 В1
		2. Оперативной информацией о текущем состоянии отдельных участников туристской деятельности в России и за рубежом.	ОК6 В2
		3. Организационные основы туристской индустрии, структуру туристской отрасли, особенности правовых и хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности.	ОК 6 В3
ОПК – 2	Способностью к разработке туристического продукта	ЗНАТЬ	
		1. Теоретические основы проектирования программ для разных типов туристских продуктов, соответствующих запросам потребителей.	ОПК 2 31
		2. Порядок и основные параметры составления программы обслуживания.	ОПК 2 32
		3. Условия взаимоотношения с партнерами-поставщиками услуг.	ОПК 2 33
		УМЕТЬ	
		1. Диагностировать и выявлять различные типы проблемных ситуаций в туристской индустрии.	ОПК 2 У1
		2. Разрабатывать меры по предупреждению и преодолению проблемных ситуаций в туристской индустрии.	ОПК 2 У2
		3. Планировать и осуществлять контроль за реализацией туристического проекта, обеспечивать координацию действий со всеми функциональными подразделениями предприятий туристской индустрии.	ОПК 2 У3
		ВЛАДЕТЬ	
		1. Основными терминами и понятиями, относящимися к туристской деятельности.	ОПК 2 В1
2. Навыками составления программ обслуживания и другой технологической документации тура, составлять договорной план по организации тура.	ОПК 2 В2		

		3. Навыками составления проекта договора, с гостиницами, ресторанами, транспортными предприятиями, музеем.	ОПК 2 В3
ПК – 4	Способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства.	ЗНАТЬ	
		1. Правила, порядок разработки, утверждения, внедрения и соблюдения стандартов, организации работы персонала..	ПК4 31
		2. Технологии и общие закономерности системы продаж в туристской индустрии.	ПК4 32
		3. Особенности организации туристской деятельности в России во внутреннем, въездном и выездном туризме.	ПК4 33
		УМЕТЬ	
		1. Применять знания в области стандартизации туристических услуг и контроля их выполнения, организации работы персонала.	ПК4 У1
		2. Выбирать и применять эффективные технологии продаж	ПК4 У2
		3. Разрабатывать калькуляцию для конкретного тура.	ПК4 У3
		ВЛАДЕТЬ	
		1. Технологией разработки стандартов организации.	ПК4 В1
		2. Методами контроля и оценки качества туристских услуг, измерения удовлетворенности потребителей и персонала.	ПК4 В2
		3. Навыками практической работы с использованием информационных технологий в страховании туристов.	ПК4 В3
		4. Навыками и приемами эффективных продаж туристского продукта.	ПК4 В4

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
(ЭКЗАМЕН)**

№	*Содержание оценочного средства	Индекс оцениваемой компетенции и ее элементов
1.	Охарактеризуйте туроператоров как субъектов рынка туризма. Раскройте	ОК6 33, ОК6 В1, ОК6 В3, ОПК2 33, ОПК2 У2, ПК4 31,

	основы туроператорской деятельности.	ПК4 У2, ПК4 В4.
2.	Проанализируйте нормативно – правовую базу осуществления туроператорской деятельности.	ОК6 33, ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 У3, ОПК2 В2, ПК4 У3, ПК4 В4.
3.	Охарактеризуйте особенность работы аутгоингового туроператора	ОК6 32, ОК6 У2, ОК6 В3, ОПК2 33, ОПК2 У3, ОПК2 В2, ПК4 31, ПК4 У3, ПК4 В4.
4.	Охарактеризуйте особенность работы инкамингово туроператора.	ОК6 32, ОК6 У2, ОК6 В3, ОПК2 33, ОПК2 У3, ОПК2 В2, ПК4 31, ПК4 У3, ПК4 В4.
5.	Охарактеризуйте особенность работы инсайдингово туроператора.	ОК6 32, ОК6 У2, ОК6 В3, ОПК2 33, ОПК2 У3, ОПК2 В2, ПК4 31, ПК4 У3, ПК4 В4.
6.	Раскройте причины сложности аутгоинга по сравнению с другими видами туроперейтинга.	ОК6 32, ОК6 У2, ОК6 В3, ОПК2 33, ОПК2 У3, ОПК2 В2, ПК4 31, ПК4 У3, ПК4 В4.
7.	Раскройте профиль туроператора и факторы определяющие его профиль.	ОК6 32, ОК6 У2, ОК6 В3, ОПК2 33, ОПК2 У3, ОПК2 В2, ПК4 31, ПК4 У3, ПК4 В4.
8.	Дайте оценку презентативной и репрезентативной схемы организации поездок: преимущества и недостатки.	ОК6 У1, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК2 В1, ПК4 У2, ПК4 В1.
9.	Охарактеризуйте meet-компании и особенности их деятельности.	ОК6 31, ОК6 33, ОК6 У3, ОПК2 У3, ПК4 31, ПК4 В1.
10.	Охарактеризуйте основных поставщиков туристических услуг. Раскройте схемы сотрудничества туроператора и поставщика туристических услуг.	ОК6 31, ОК6 33, ОК6 У3, ОПК 2 33, ОПК2 У3, ПК4 31, ПК4 В1, ПК4 В4
11.	Проанализируйте документационные отношения туроператора и Meet-компании, раскройте их обязанности.	ОК6 У1, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК2 В1, ПК4 У2, ПК4 В1, ПК4 В4.
12.	Дайте оценку безопасности деятельности туристических предприятий.	ОК6 31, ОК6 33, ОК6 У3, ОПК2 У3, ПК4 31, ПК4 В1.
13.	Охарактеризуйте применение чартерных программ в туризме. Охарактеризуйте достоинства и недостатки чартерных программ.	ОК6 31, ОК6 33, ОК6 У3, ОПК2 У3, ПК4 31, ПК4 В1, ПК4 В4
14.	Охарактеризуйте услуги железных дорог при организации туров.	ОК6 31, ОК6 33, ОК6 У3, ОПК2 У3, ПК4 31, ПК4 В1, ПК4 В4
15.	Охарактеризуйте технологию органи-	ОК6 31, ОК6 33, ОК6 У3, ОПК2

	зации зарубежных круизов.	У3, ПК4 31, ПК4 В1, ПК4 В4
16.	Охарактеризуйте услуги автотранспортного хозяйства при организации туров.	ОК6 31, ОК6 33, ОК6 У3, ОПК2 У3, ПК4 31, ПК4 В1, ПК4 В4
17.	Охарактеризуйте взаимоотношения туристического оператора и экскурсионных компаний.	ОК6 31, ОК6 33, ОК6 У3, ОПК2 У3, ПК4 31, ПК4 В1, ПК4 В4
18.	Охарактеризуйте страхование российских туристов, выезжающих в туристическую поездку.	ОК6 33, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК 2 33, ОПК 2 В1, ПК4 31, ПК4 33, ПК4 У1, ПК4 В2.
19.	Дайте характеристику продвижению тура как совокупности методов и инструментов, позволяющих вывести турпродукт на рынки.	ОК6 У1, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК2 В1, ПК4 У2, ПК4 В1, ПК4 В4.
20.	Раскройте функции туристических агентств, обязанности туроператора по агентскому договору и способы стимулирования агентской активности.	ОК6 33, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК 2 33, ОПК 2 В1, ПК4 31, ПК4 33, ПК4 У1, ПК4 В2.
21.	Охарактеризуйте технологию разработки туристического продукта.	ОК6 31, ОК6 33, ОК6 У3, ОПК2 У3, ПК4 31, ПК4 В1, ПК4 В4
22.	Опишите основные потребительские свойства туристического продукта.	ОК6 У1, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК2 В1, ПК4 У2, ПК4 В1, ПК4 В4.
23.	Раскройте алгоритм повышения конкурентно способности туристического продукта.	ОК6 33, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК 2 33, ОПК 2 В1, ПК4 31, ПК4 33, ПК4 У1, ПК4 В2.
24.	Охарактеризуйте понятие «Сглаживание сезонности» в туроперейтинге.	ОК6 У1, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК2 В1, ПК4 У2, ПК4 В1, ПК4 В4.
25.	Охарактеризуйте понятие «Ресурсные потоки» в туроперейтинге.	ОК6 У1, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК2 В1, ПК4 У2, ПК4 В1, ПК4 В4.
26.	Охарактеризуйте алгоритм разработки стратегии продвижения регионального турпродукта.	ОК6 33, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК 2 33, ОПК 2 В1, ПК4 31, ПК4 33, ПК4 У1, ПК4 В2.
27.	Раскройте алгоритм формулировки рекламных идей с ориентиром на различные целевые группы.	ОК6 33, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК 2 33, ОПК 2 В2, ПК4 31, ПК4 33, ПК4 У1, ПК4 В2, ПК4 В4.
28.	Раскройте классификацию турпродукта	ОК6 32, ОК6 В1, ОПК2 32,

	по основному виду используемого транспортного средства.	ОПК 2 33, ОПК 2 В1, ПК4 31, ПК4 33, ПК4 У1, ПК4 В2.
29.	Охарактеризуйте классификацию турпродукта по целям путешествия.	ОК6 33, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК 2 33, ОПК 2 В1, ПК4 31, ПК4 33, ПК4 У1, ПК4 В2.
30.	Охарактеризуйте классификацию турпродукта по продолжительности тура.	ОК6 У1, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК2 В1, ПК4 У2, ПК4 В1, ПК4 В4.
31.	Охарактеризуйте классификацию турпродукта по географическим направлениям.	ОК6 33, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК 2 33, ОПК 2 В1, ПК4 31, ПК4 33, ПК4 У1, ПК4 В2.
32.	Охарактеризуйте классификацию по специфике комплектации турпродукта.	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 32, ОПК2 У2, ПК4 31, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
33.	Раскройте факторы внутренней и внешней среды туроператора и турагентства.	ОК6 У1, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК2 В1, ПК4 У2, ПК4 В1, ПК4 В4.
34.	Охарактеризуйте этапы создания туристской фирмы.	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 32, ОПК2 У2, ПК4 31, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
35.	Охарактеризуйте стратегические аспекты деятельности туристического предприятия.	ОК6 33, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК 2 33, ОПК 2 В1, ПК4 31, ПК4 33, ПК4 У1, ПК4 В2.
36.	Определите организационную культуру и имидж турфирмы.	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 32, ОПК2 У2, ПК4 31, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
37.	Раскройте алгоритм работы с клиентом.	ОК6 33, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК 2 33, ОПК 2 В1, ПК4 31, ПК4 33, ПК4 У1, ПК4 В2.
38.	Охарактеризуйте квалификационные требования предъявляемые к менеджеру туристического агентства.	ОК6 33, ОК6 У1, ОК6 У2, ОК6 В1, ОПК2 31, ОПК2 32, ОПК2 33, ОПК 2 В1, ОПК 2 В2, ОПК 2 В3, ПК4 31, ПК4 32, ПК4 У2, ПК4 У3, ПК4 В4.
39.	Раскройте алгоритм работы менеджера с заявками клиента.	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 32, ОПК2 У2, ПК4 31, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
40.	Охарактеризуйте используемые информационные технологии в туроператорской деятельности.	ОК6 У1, ОК6 В1, ОПК2 32, ОПК2 В1, ПК4 У2, ПК4 В1, ПК4 В4.
41.	Охарактеризуйте турпродукт по	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 32, ОПК2 У2, ПК4 31, ПК4 У3,

	основному виду используемого транспортного средства.	ПК4 В2, ПК4 В3.
42.	Технологические схемы работы туроператора с авиапредприятиями	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 З2, ОПК2 У2, ПК4 З1, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
43.	Технологические схемы работы туроператора с отелями	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 З2, ОПК2 У2, ПК4 З1, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
44.	Технологические схемы работы туроператора с ж/д и автотранспортными предприятиями	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 З2, ОПК2 У2, ПК4 З1, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
45.	Бронирование туроператором экскурсионных и страховых услуг	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 З2, ОПК2 У2, ПК4 З1, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
46.	Набор сопровождающих документов при разработке туристического продукта.	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 З2, ОПК2 У2, ПК4 З1, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
47.	Охарактеризуйте особенности ценообразования в туризме.	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 З2, ОПК2 У2, ПК4 З1, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
48.	Охарактеризуйте международные организации, регулирующие туристские процессы.	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 З2, ОПК2 У2, ПК4 З1, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
49.	Охарактеризуйте информационные технологии, используемые при продвижении турпродукта	ОК6 У1, ОК6 В2, ОПК2 З2, ОПК2 У2, ПК4 З1, ПК4 У3, ПК4 В2, ПК4 В3.
50.	Охарактеризуйте информационные технологии, используемые в управлении туристскими фирмами	ОК6 З3, ОК6 В1, ОПК2 З2, ОПК 2 З3, ОПК 2 В1, ПК4 З1, ПК4 З3, ПК4 У1, ПК4 В2.

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ (Шкала оценивания)

Результаты выполнения обучающимся заданий на экзамене оцениваются по пятибалльной шкале.

«Отлично» (5) – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе мате-

риал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

«Хорошо» (4) - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос или выполнении заданий, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

«Удовлетворительно» (3) - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

«Неудовлетворительно» (2) - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.