

**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»**

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма



Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины	Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
По направлению подготовки	43.03.02 «Туризм»
Профиль подготовки	Технология и организация туристских и экскурсионных услуг
Год набора	2023, 2024, 2025, 2026

Составитель:
доц. А.А. Зиновьева

Казань

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи учебной дисциплины
 2. Место дисциплины в структуре ОПОП
 3. Требования к результатам освоения дисциплины
 4. Структура и содержание дисциплины
 - 4.1. Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций
 - 4.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)
 - 4.3. Планы практических и семинарских занятий
 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины
 8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине
- Приложение 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
- Приложение 2. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Цель изучения дисциплины: является формирование у студентов комплекса знаний, умений и навыков (компетенций), которые позволят применять при решении профессиональных задач формированию туристского продукта, в т.ч. на основе современных информационно-коммуникативных технологий, а также с учетом индивидуальных и специальных требований туриста, организации ведения переговоров с туристами, согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.

Задачи дисциплины:

- Рассмотреть особенности внутреннего туризма в различных регионах страны.

- Изучить современные методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.

Знать: объект, предмет, цели, задачи дисциплины «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»; основные понятия, фактический материал по курсу; основные элементы, характеризующие туроператорскую и турагентскую деятельность и связи между ними и т.п.

Уметь: самостоятельно вычленять предметную область изучаемой дисциплины; разбираться в продвижении турпродукта; обосновывать и организовывать особенности обслуживания туристов.

Владеть: представлениями о задачах и функциях туроператорской и турагентской деятельности, о создании тура, об особенностях работы поставщиков туруслуг; практические навыки работы с туринформацией, определения ее функционального назначения и овладения способами ее распространения среди потенциальных туристов с целью привлечения внимания к туру, а также с целью воздействия на формирование мировоззрения и поведения туристов.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Данная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана. До начала изучения дисциплины «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» (ТОТТУ) у обучающегося должны быть сформированы компоненты компетенций, полученных в результате изучения дисциплин Введение в туризм, Основы межкультурных коммуникаций и др. Дисциплина находится во взаимосвязи с дисциплинами согласно схеме:



3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина участвует в формировании следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению Туризм:

ПК-3 СПОСОБЕН РАЗРАБАТЫВАТЬ И ПРИМЕНЯТЬ ТЕХНОЛОГИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СКВОЗНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

ПК-6 СПОСОБЕН ОСУЩЕСТВЛЯТЬ ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

После освоения дисциплины студент должен получить следующие образовательные результаты соотнесённые с индикаторами достижения компетенций.

Декомпозиция компетенций

Индикаторы	Результаты обучения по дисциплине
Компетенция ПК-3	
ПК-3.3 Ведет переговоры с партнерами по организации обслуживания туристов с использованием технических и информационно-коммуникативных средств	ПК-3.3 3.7 Знает механизмы ведения переговоров с партнерами
	ПК-3.3 У.12 Умеет использовать современные информационно-коммуникативные средства при взаимодействии с партнерами
	ПК-3.3 В.11 Владеет навыками ведения переговоров с партнерами
Компетенция ПК-6	

ПК-6.1 Организует ведение переговоров с туристами, согласование условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг	ПК-6.1 3.1 Знает формы обслуживания потребителей туристских услуг
	ПК-6.1 3.2 Знает современные методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг
	ПК-6.1 У.1 Умеет применять методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг
	ПК-6.1 В.1 Владеет навыками применения методов ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, использования технологий согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 академических часов).

Наименование модулей	Количество ауд. часов		Самостоят. работа очн/заочн	Всего часов	Индика- торы компе- тенции
	Лекции очн/заочн	Практики очн/заочн			
МОДУЛЬ 1.					
Тема 1. Туроператор и турагент как субъекты туристической индустрии	2*/1	2/1	5/9	9/11	ПК-3.3. ПК-6.1.
Тема 2. Основы туроперейтинга	2*/1	2/1	5/9	9/11	
Тема 3. Турпроектирование	2*	2/1	5/9	9/10	
МОДУЛЬ 2.					
Тема 4. Маркетинг в туроперейтинге	2	2/1	5/9	9/10	ПК-3.3. ПК-6.1.
Тема 5. Турпланирование	2/1	2	5/9	9/10	
Тема 6. Заключение договоров с поставщиками услуг	2	2/1	5/9	9/10	
Тема 7. Ценообразование	2/1	2	5/9	9/10	
МОДУЛЬ 3.					
Тема 8. Продвижение турпродукта	2/1	2	5/9	9/10	ПК-3.3. ПК-6.1.
Тема 9. Рекламные и нерекламные методы продвижения турпродукта	2	2/1	5/9	9/10	
Тема 10. Организация обслуживания туристов	2*/1	2	5/9	9/10	

Подготовка к экзамену			18/18	18/18	
ИТОГО	20/6	20/6	68/96	108/108	

* Данная тема изучается с элементами интерактивных методов обучения.

Пояснительная записка с этапами формирования компетенций

Данный курс разбит на три логически завершенных и взаимосвязанных между собой модуля, которые охватывают весь материал дисциплины, обеспечивают приобретение образовательных результатов в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами. Порядок освоения модулей выстраивает траекторию и этапы формирования заявленных компетенций (или их составляющих).

Каждый модуль состоит из трех тем, содержащих определенный раздел учебного материала, и представляет собой законченный блок информации. По каждой теме в соответствии с учебным планом проводятся лекции и практические занятия. Предусмотрена индивидуальная самостоятельная работа, состоящая из подготовки к разделам, выделенным для самостоятельного изучения, подготовки к практическим занятиям по соответствующим темам с использованием лекционного материала, учебных пособий, рабочих программ дисциплин, Internet-ресурсов, а также рекомендованной дополнительной литературы.

Модуль 1 – включают в себя три учебных темы, по завершению которых будут получены следующие образовательные результаты и студент должен:

- знать механизмы ведения переговоров с партнерами; формы обслуживания потребителей туристских услуг; современные методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг;

- уметь использовать современные информационно-коммуникативные средства при взаимодействии с партнерами; применять методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг;

- владеть навыками ведения переговоров с партнерами; навыками применения методов ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, использования технологий согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.

Уровень освоения ПК-3 и ПК-6 проверяется: выступлениями на семинарах, выполнением индивидуальных домашних заданий, написанием контрольной работы, реферата и эссе, тестированием письменным.

Модуль 2 – представлен тремя темами, предназначенными для освоения студентами:

- знать механизмы ведения переговоров с партнерами; формы обслуживания потребителей туристских услуг; современные методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии

согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг;

- уметь использовать современные информационно-коммуникативные средства при взаимодействии с партнерами; применять методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг;

- владеть навыками ведения переговоров с партнерами; навыками применения методов ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, использования технологий согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.

Уровень освоения ПК-3 и ПК-6 проверяется: выступлениями на семинарах, выполнением индивидуальных домашних заданий, написанием контрольной работы, реферата и эссе, тестированием письменным.

Модуль 3 – представлен четырьмя темами, предназначенными для освоения студентами:

- знать механизмы ведения переговоров с партнерами; формы обслуживания потребителей туристских услуг; современные методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг;

- уметь использовать современные информационно-коммуникативные средства при взаимодействии с партнерами; применять методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг;

- владеть навыками ведения переговоров с партнерами; навыками применения методов ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, использования технологий согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг.

Уровень освоения ПК-3 и ПК-6 проверяется: выступлениями на семинарах, выполнением индивидуальных домашних заданий, написанием контрольной работы, реферата и эссе, тестированием письменным.

4.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)

Тема 1. ТУРОПЕРАТОР И ТУРАГЕНТ КАК СУБЪЕКТЫ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Понятия «туризм» и «туристская индустрия». Инфра- и супра-структуры туризма. Информационное поле туризма. Основные и дополнительные туристские потребности. Туристские услуги: турпакеты, турпродукты и туры. Средства производства туруслуг. Туроператор – производитель туруслуг. Турагент – посредник, реализующий турпродукт. Основные различия между туроператорами и турагентами. Виды туроперейтинга, туроператоров и турагентств. Основные функции туроператора и турагентств.

Тема 2. ОСНОВЫ ТУРОПЕРЕЙТИНГА

Особенности туроперейтинга как вида деятельности. Цикл работ туроператора. Основные задачи деятельности туроператора. Индивидуальные и групповые туры. Основные потребительские свойства турпродукта. Основные технологии и принципы обслуживания туристов. Классы обслуживания. Пакет услуг – основной туристский продукт. Заказные и инклюзив туры их достоинства и недостатки.

Тема 3. ТУРПРОЕКТИРОВАНИЕ

Турпроектирование и турпроект как его результат. ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг». Технологическая документация – результат проектирования туруслуги. Программа обслуживания туристов. Уровень обслуживания туристов. Оптимальная программа обслуживания. Территориальная разработка программы. Особенности организации различных видов туров. Поставщики туристических услуг и их идентификация.

Тема 4. МАРКЕТИНГ В ТУРОПЕРЕЙТИНГЕ

Этапы маркетингового исследования туррынка. Географическое, экономическое возрастное и др. сегментирование туррынка. Фокус-группы (групп). Типы конкурентов туроператора. Анализ конкурентной среды туроператора. Детализация потребностей членов фокус-группы (групп). Дифференциация и позиционирование туроператоров и туров. Виды цен предлагаемых туров.

Тема 5. ТУРПЛАНИРОВАНИЕ

Планирование тура и его основные этапы. Турпакет – результат турпланирования. Договорный план. Договорная компания. Реквизиты договоров. Переговоры с поставщиками услуг. Основные психологические подходы к ведению переговоров. Основные схемы работы туроператоров по реализации и организации туров.

Тема 6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРОВ С ПОСТАВЩИКАМИ УСЛУГ

Договоры с поставщиками услуг, средствами размещения и предприятиями питания. Соглашения о свободной продаже. Соглашения и документы (договоры), регулирующие взаимоотношения гостиничных предприятий с турагентами и туроператорами. Договор с предприятием питания. Договоры с экскурсионными фирмами и музеями.

Договоры с перевозчиками. Договор аренды транспортного средства. Договорные взаимоотношения с авиаперевозчиками. Агентское соглашение с авиакомпанией. Чартер. Договоры с железной дорогой.

Договор между инициативным и рецептивным туроператорами. Оформление сделки купли-продажи туров. Договор о туристском обмене. Договоры на оказание дополнительных услуг.

Тема 7. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Цена турпакета. Виды цен в туризме. Тарифы туроператора. Процедура ценообразования турпродукта. Издержки туроператора. Варианты расчетов себестоимости тура. Расчет нулевой рентабельности на уровне тура. Расчет нулевой рентабельности на уровне фирмы. Расчет нулевой рентабельности монопрофильного туроператора. Расчет нулевой рентабельности многопрофильного туроператора. Ассортимент туроператора. Тарифы туроператора. Основные методы ценообразования в туроперейтинге. Уменьшение и повышение цены на турпакет.

Тема 8. ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРПРОДУКТА

Продвижение тура. Основные цели и инструменты продвижения турпродукта. Формирование сбытовой сети. Внешние и внутренние каналы сбыта туроператора. Собственные бюро продаж туроператора и их основные функции. Основные схемы рыночных каналов продвижения турпродукта туроператора. Розничная и оптовая торговля туруслугами. Традиционная и нетрадиционные формы сбыта турпродукта. Прямые продажи корпоративным клиентам. Реализация туров через глобальные компьютерные системы бронирования и резервирования через Интернет. Разновидности агентских сетей. Агентский договор.

Тема 9. РЕКЛАМНЫЕ И НЕРЕКЛАМНЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА

Отличительные черты рекламы в индустрии туризма. Цели рекламы в туризме. Основные блоки тактических решений по туррекламе. Эффективность размещения рекламы. Каталог туроператора. Генеральные и служебные каталоги туроператора. Требования, предъявляемые к основным и служебным каталогам. Ценовое приложение туроператора и его варианты. Цена разработки оригинал-макета каталога. Распространение каталогов.

Нерекламные методы продвижения турпродукта. Основные средства стимулирования потребителей (туристов) и турагентов. Основные средства пропаганды турпродукта. Выставочная деятельность в туризме и ее основные черты. Классификация выставочных мероприятий. Затраты и польза от участия в турвыставках. Характеристика основных этапов выставочной деятельности.

Тема 10. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ

Туристская стратегия обслуживания. Основные направления и компоненты стратегии обслуживания туристов. Программный туризм.

Основные требования к турпрограммированию. Классификация программ туристского отдыха. Основные виды анимационных программ в туризме. Формула анимации в туризме. Методические основы анимационного туроперейтинга. Качество туристского обслуживания. Два подхода к определению качества работы туроператора. ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования». ГОСТ Р 50691-2013 «Услуги населению. Модель системы обеспечения качества услуг». Основные направления в организации качества обслуживания туристов.

4.3. Планы практических и семинарских занятий

Планы семинарских занятий по курсу «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» составлены, исходя из содержания дисциплины по темам. Каждое семинарское занятие имеет свой сценарий, в состав которого включены контрольные вопросы и задания, для закрепления пройденного материала.

Для более плодотворной подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям предложен список литературы и дополнительных источников по темам семинаров. Также представлен материал для самостоятельной проработки всех тем, включенных в модульно-тематический план изучения дисциплины. Помимо вопросов для самостоятельного изучения необходимо готовить вопросы, выставленные для обсуждения на соответствующем семинарском занятии. Результаты оценки работы включаются в показатели (рейтинги) текущей успеваемости.

МОДУЛЬ 1.

Семинар 1. Туроператор и турагент как субъекты туристической индустрии

1. Основные понятия туристской индустрии. Средства туристического производства.
2. Виды туроперейтинга, туроператоров и турагентств.
3. Основные функции туроператора и турагента.

Сценарий занятия:

- опрос по материалам лекций, работа с понятийным аппаратом;
- анализ учебной и дополнительной литературы, рекомендации по выбору источников;
- закрепление изученного материала и подведение итогов работы студентов.

Контрольные вопросы:

1. С чем связано возникновение бизнеса туроперейтинга на туристском рынке?
2. Что такое туроператор?
3. Дайте определение понятию турагент.
4. Каковы основные различия между турагентом и туроператором?
5. Какие типы туроперейтинга вам известны?
6. Перечислите основные виды турагентов.

7. Что такое инициативный и рецептивный туроперейтинг?
8. Каковы основные функции туроперейтинга?
9. Каковы основные функции турагента?

Семинар 2. Основы туроперейтинга

1. Основы туроператорской деятельности.
2. Классы обслуживания.
3. Пакет услуг.

Сценарий занятия:

- опрос по материалам лекций, работа с понятийным аппаратом;
- подберите, проанализируйте ряд программ обслуживания, предлагаемых на туррынке г. Казань и РТ, и охарактеризуйте их;
- проанализируйте с точки зрения основных потребительских свойств туристского продукта, технологии организации тура и обслуживания на нем известные вам популярные и перспективные турнаправления, индивидуальные и групповые туры, предлагаемые российскими и зарубежными туроператорами;
- закрепление изученного материала и подведение итогов работы студентов.

Контрольные вопросы:

1. Что такое индивидуальный тур?
2. Что такое групповой тур?
3. Назовите основные потребительские свойства туристского продукта и охарактеризуйте их.
4. Что такое классы обслуживания?
5. Какие классы применяются для обозначения уровней обслуживания в туроперейтинге? Охарактеризуйте их.
6. Что такое основные и дополнительные услуги? В чем их различие?
7. Дайте определение понятия «пакет услуг».
8. В чем состоят преимущества и недостатки заказных и инклюзив-туров?
9. Какими бывают групповые поездки – заказными или инклюзивными?
10. Дайте определение понятию «туристский пакет» и назовите факторы, влияющие на его комплектацию.

Семинар 3. Турпроектирование

1. Проектирование тура.
2. Программа обслуживания.
3. Поставщики туристических услуг и их идентификация.

Сценарий занятия:

- опрос по материалам лекций, работа с понятийным аппаратом;
- разбор ситуационных заданий;
- составление программы обслуживания;
- закрепление изученного материала и подведение итогов работы студентов.

Контрольные вопросы:

1. Как проектируется тур и какими документами оформляется?
2. Каковы рекомендуемые требования к туристской услуге согласно ГОСТ Р 50690-2000? Охарактеризуйте их.
3. Назовите методы контроля качества обслуживания туристов.
4. Что такое программа обслуживания? Расскажите о порядке составления программы обслуживания.
5. От каких параметров зависит уровень обслуживания туристов?
6. Что такое оптимальная программа обслуживания?
7. Какие организации и предприятия участвуют в обслуживании туристов на туре?
8. Какова мера ответственности туроператора за обслуживание туристов на маршруте тура?
9. На какие моменты следует обратить внимание при выборе поставщика услуги?
10. Что такое комплексное соответствие предлагаемых услуг определенному клиенту?

МОДУЛЬ 2.

Семинар 4. Маркетинг в туроперейтинге

1. Маркетинговые исследования в разработке турпродукта.
2. Сегментирование рынка. Определение потребностей сегментов туррынка и возможностей туроператора.
3. Анализ конкурентной среды. Определение фокус-группы.
4. Дифференциация и позиционирование туров и туроператоров.

Сценарий занятия:

- опрос по материалам лекций, работа с понятийным аппаратом;
- разбор ситуационных заданий;
- практическое задание по разработке и проведению студентами маркетингового исследования рынка туруслуг г. Казани или Республики Татарстан;
- закрепление изученного материала и подведение итогов работы студентов.

Контрольные вопросы:

1. Перечислите основные способы проведения маркетинговых исследований туррынка.
2. Назовите основные этапы проведения маркетинговых исследований туррынка.
3. Что включает в себя понятие «сегментирование туррынка»?
4. Охарактеризуйте принципы, на основании которых проводится сегментирование туррынка.
5. В чем заключается роль анализа конкурентной среды?
6. На чем основаны решения о конкурентной борьбе туроператора?
7. Что означает понятие «фокус-группа»? Перечислите ее основные характеристики.

8. Для чего необходима дифференциация в проектной деятельности туроператора?
9. По каким параметрам проводится позиционирование тура?
10. Перечислите основные ошибки туроператоров при позиционировании туров.

Семинар 5. Турпланирование

1. Планирование тура. Договорный план тура.
2. Переговоры с поставщиками услуг.
3. Схемы работы туроператоров по реализации и организации туров.

Сценарий занятия:

- опрос по материалам лекций, работа с понятийным аппаратом;
- анализ учебной и дополнительной литературы, рекомендации по выбору источников;
- разбор ситуационных заданий;
- закрепление изученного материала и подведение итогов работы студентов.

Контрольные вопросы:

1. Как оформляются взаимоотношения с партнерами – поставщиками услуг?
2. Какие разделы включает договорный план? От чего зависит состав договорного плана туроператора?
3. Приведите типичную шкалу для летней туроперейтинговой программы.
4. Как нужно готовиться к договорной кампании?
5. Назовите девять правил психологического подхода к ведению переговоров.
6. Что представляет собой договор и как он оформляется?
7. Назовите необходимые приложения к договору туроператора с поставщиками услуг.
8. Перечислите и охарактеризуйте основные схемы работы туроператора.
9. Чем объясняется выбор той или иной схемы сотрудничества?

Семинар 6. Заключение договоров с поставщиками услуг

1. Договоры с поставщиками основных и дополнительных услуг, средствами размещения и предприятиями питания.
2. Договоры с перевозчиками.
3. Договор между инициативным и рецептивным туроператорами.

Сценарий занятия:

- опрос по материалам лекций, работа с понятийным аппаратом;
- анализ учебной и дополнительной литературы, рекомендации по выбору источников;
- разбор ситуационных заданий;
- закрепление изученного материала и подведение итогов работы студентов.

Контрольные вопросы:

1. Какими нормативно-правовыми документами национального уровня регулируются договорные отношения в туризме?

2. Какими правовыми документами международного уровня регулируются контрактные взаимоотношения в туризме?
3. Назовите основные положения договоров с поставщиками услуг и положения Типового договора.
4. Назовите виды договоров с гостиничными предприятиями, их состав и особенности.
5. Какими документами регламентируются взаимоотношения с автотранспортными предприятиями на аренду автобусов?
6. Назовите виды договоров с авиакомпанией и их специфику.
7. Чем регламентируются железнодорожные перевозки туристов в России и на международном уровне?
8. Что должно быть отражено в договоре между рецептивным и инициативным туроператорами (РТО-ИТО) при организации инклюзив-тура, заказного тура?
9. Каковы существенные условия оформления сделки купли-продажи туров?

Семинар 7. Ценообразование

1. Цена турпакета.
2. Ценообразование турпродукта.
3. Методы ценообразования.

Сценарий занятия:

- опрос по материалам лекций, работа с понятийным аппаратом;
- анализ учебной и дополнительной литературы, рекомендации по выбору источников;
- разбор ситуационных заданий;
- закрепление изученного материала и подведение итогов работы студентов.

Контрольные вопросы:

1. Как определяется цена турпакета?
2. Назовите факторы, влияющие на ценообразование в туризме.
3. Что такое ассортимент туроператора?
4. Перечислите основные методы ценообразования в туроперейтинге?
5. Какой из методов ценообразования в туроперейтинге предпочтительнее?
6. Основные причины, достоинства и недостатки повышения и понижения цен на турпродукт.
7. Для кого создаются тарифы туроператора?
8. Расчет нулевой рентабельности на уровне тура.
9. Расчет нулевой рентабельности на уровне фирмы.
10. Перечислите основные виды издержек.

МОДУЛЬ 3.

Семинар 8-9. Продвижение турпродукта

1. Продвижение турпродукта и формирование сбытовой сети.
2. Основные формы продажи турпродукта.
3. Работа с агентствами. Агентское соглашение.

4. Рекламные и нерекламные методы продвижения турпродукта.

Сценарий занятия:

- опрос по материалам лекций, работа с понятийным аппаратом;
- анализ учебной и дополнительной литературы, рекомендации по выбору источников;
- разбор ситуационных заданий;
- закрепление изученного материала и подведение итогов работы студентов.

Контрольные вопросы:

1. Назовите основные каналы реализации туристского продукта. Чем отличаются внутренние и внешние каналы сбыта?
2. Назовите две основные формы организации сбыта туристского продукта.
3. Охарактеризуйте различные схемы рыночных каналов продвижения туристского продукта туроператора:
ТОр — Т
ТОр — ТА — Т
ТОр — ТОи — ТА — Т
ТОр — ТОи — ТОО — ТА — Т
ТОр — ТОи — ТОО — ТА — А — Т,
где ТОр – туроператор рецептивный, ТОи – туроператор инициативный, ТА – турагент, А – агент, ТОО – туроператор оптовый, Т – турист.
4. Каковы розничные и оптовые туристские фирмы и их место в структуре каналов сбыта?
5. Назовите традиционные и нетрадиционные формы продаж туристского продукта.
6. Что такое агентское соглашение?
7. Каков порядок оформления агентского соглашения?
8. Что является предметом и объектом агентского соглашения?
9. Какова ответственность туроператора и турагента за некачественные услуги и взаимоотношения при отказе туриста от путешествия?

Семинар 10. Организация обслуживания туристов

1. Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов.
2. Анимация обслуживания.
3. Качество обслуживания и способы его регулирования.

Сценарий занятия:

- опрос по материалам лекций, работа с понятийным аппаратом;
- анализ учебной и дополнительной литературы, рекомендации по выбору источников;
- разбор ситуационных заданий;
- закрепление изученного материала и подведение итогов работы студентов.

Контрольные вопросы:

1. Что такое стратегия обслуживания?

2. Что такое программный туризм?
3. Что такое оптимальность туристской программы?
4. Что такое анимация в туризме? Какие направления анимационного движения в туризме вам известны?
5. Какова формула анимации в туризме?
6. Сформулируйте понятие анимационного туроперейтинга. На чем базируются его принципы?
7. Что такое качество продукции, услуги?
8. Дайте определение качества туристского обслуживания.
9. Каковы критерии определения качества тура?
10. Назовите обязательные и рекомендуемые требования к туру, определенные ГОСТ Р ГОСТ Р 50690-2000. Их роль в организации качества тура.

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

В процессе самостоятельного изучения учебного курса «ТОТТУ» студент обязан проработать перечисленные ниже темы, для углубления теоретических знаний и практических навыков, на основании методических рекомендаций по самостоятельной работе (см. Приложение 1).

На самостоятельное изучение выносятся следующие задания:

Раскройте сущность следующих понятий

Блок-чартер, бронирование гостиничных услуг на договорных условиях, ваучер, высокий сезон, гарантированное бронирование, Евролайн, единовременная вместимость, индивидуальный тур, инклюзив-тур, интер-райл, категория гостиницы, класс обслуживания, негарантированное бронирование, низкий сезон, номерной фонд, прямое бронирование, пэкидж-тур, сезонно-ценовой план, система фортуна, таймшер, такс-фри (tax free), трансфер, туристическая фирма, туристическое агентство, туроператор, фиксированная квота, чартер.

Самостоятельные внеаудиторные работы студентов под контролем преподавателя Деловая игра «Рекламные и нерекламные методы продвижения турпродукта» по курсу «ТОТТУ»

Игра проводится в течение 16 академических часов в рамках изучаемого курса. Цель деловой игры – подготовить студентов к практической работе в области продвижения турпродукта. В ходе игры студенты должны получить знания и навыки необходимые при проведении рекламной и PR-кампаний, подготовки туристских каталогов, для участия в туристских выставках.

В ходе деловой игры студентам необходимо самостоятельно выработать цели и задачи деловой игры. Сформировать соревнующиеся между собой турфирмы. Распределить роли в туристских предприятиях, функции и обязанности участников деловой игры.

Осуществить выбор каждой турфирмой объекта рекламы (турпродукта) и метода его продвижения. Проанализировать работу коллег-соперников, провести выступление независимых экспертов.

Подготовить презентацию готового проекта продвижения турпродукта для независимых экспертов и публично защитить свой концепт-проект.

Перечень методических материалов, для сдачи студентами в конце деловой игры, оформленных в виде итогового отчета должен включать:

- задание с характеристикой турфирмы и продвигаемого турпродукта;
- перечень акций и мероприятий по популяризации и продвижению турпродукта;
- план-график мероприятий по продвижению турпродукта;
- проект договора со сторонними организациями, поставщиками услуг, необходимых для продвижения турпродукта;
- наглядный материал в виде макетов печатной продукции (проспекты, листовки, приглашения, плакаты и т.п.), аудиовизуальной рекламной продукции, компьютеризированной рекламы, сувенирной рекламы и т.п. необходимой для продвижения турпродукта;
- смета расходов необходимых для запланированных мероприятий по продвижению турпродукта.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная:

1. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13873-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512610>

Дополнительная литература:

1. Джанджугазова, Е. А. Туристско-рекреационное проектирование : учебное пособие для вузов / Е. А. Джанджугазова. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 257 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13120-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518748>

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система «IPRbooks» (<http://www.iprbookshop.ru>)
2. Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе изучения данной дисциплины используется учебная аудитория, кабинет для самостоятельной работы студентов, читальный зал, видеопроекторное оборудование, компьютер, оснащенный типовым пакетом системного и офисного ПО, в соответствии с Реестром материально-

технического обеспечения аудиторного фонда Университета управления «ТИСБИ».

8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине

Для оценки компетентности рекомендуется использовать модульно-рейтинговую систему оценивания знаний, умений и навыков студента по окончании изучения каждого Модуля в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации образовательного процесса. Итоговая оценка (в баллах) складывается из баллов, набранных по каждому Модулю (семестровая оценка) и баллов, набранных, непосредственно на экзамене (зачете).

Расчет баллов по дисциплине осуществляется в следующей последовательности:

$$C = \frac{K_1 + K_2 + \dots + K_n}{n} \times 0,6, \text{ где } K - \text{ количество баллов по модулю; } n - \text{ количество}$$

модулей

$$З = K \times 0,4, \text{ где } K - \text{ количество баллов на экзамене (зачете);}$$

$$И = C + З + П, \text{ где } П - \text{ поощрительные баллы (от 1 до 5).}$$

Уровень освоения компетенций	Количество баллов
компетенции не освоены	до 60 баллов
компетенции в основном освоены	от 60 до 70 баллов
компетенции освоены полностью	от 71 до 100 баллов

Уровень сформированности компетенций и их основные признаки оцениваются по следующим таблицам:

**Оценка уровня сформированности компетенции ПК-3
СПОСОБЕН РАЗРАБАТЫВАТЬ И ПРИМЕНЯТЬ ТЕХНОЛОГИИ ОБСЛУЖИВАНИЯ ТУРИСТОВ с
ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СКВОЗНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
в части дисциплины «ТОТТУ»**

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня	Инструменты оценки сформированности уровня
1	2	3	4
1	Пороговый уровень (как минимально допустимый) (от 60 до 70 баллов)	Знает некоторые механизмы ведения переговоров с партнерами Умеет использовать некоторые современные информационно-коммуникативные средства при взаимодействии с партнерами Владеет некоторыми навыками ведения переговоров с партнерами	выступление на семинаре индивидуальные домашние задания реферат эссе контрольная работа тестирование письменное экзамен
2	Базовый уровень (относительно порогового уровня) (от 71 до 85 баллов)	Знает основные механизмы ведения переговоров с партнерами Умеет использовать основные современные информационно-коммуникативные средства при взаимодействии с партнерами Владеет основными навыками ведения переговоров с партнерами	выступление на семинаре индивидуальные домашние задания реферат эссе контрольная работа тестирование письменное экзамен
3	Повышенный уровень (относительно порогового уровня) (от 86 до 100 баллов)	Знает механизмы ведения переговоров с партнерами Умеет использовать современные информационно-коммуникативные средства при взаимодействии с партнерами Владеет навыками ведения переговоров с партнерами	выступление на семинаре индивидуальные домашние задания реферат эссе контрольная работа тестирование письменное экзамен

Оценка уровня сформированности компетенции ПК-6
СПОСОБЕН ОСУЩЕСТВЛЯТЬ ВНУТРЕННИЕ И ВНЕШНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
в части дисциплины «ТОТТУ»

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня	Инструменты оценки сформированности уровня
1	2	3	4
1	Пороговый уровень (как минимально допустимый) (от 60 до 70 баллов)	Знает формы обслуживания потребителей туристских услуг Умеет применять методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, Владеет навыками применения методов ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг	выступление на семинаре индивидуальные домашние задания реферат эссе контрольная работа тестирование письменное экзамен
2	Базовый уровень (относительно порогового уровня) (от 71 до 85 баллов)	Знает современные методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг Умеет применять методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования условий договора по реализации туристского продукта Владеет навыками применения методов ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, использования технологий согласования условий договора по реализации туристского продукта	выступление на семинаре индивидуальные домашние задания реферат эссе контрольная работа тестирование письменное экзамен
3	Повышенный уровень (относительно порогового уровня) (от 86 до 100 баллов)	Знает формы обслуживания потребителей туристских услуг; современные методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования	выступление на семинаре индивидуальные домашние задания реферат эссе контрольная работа

		<p>условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг</p> <p>Умеет применять методы ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, технологии согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг</p> <p>Владеет навыками применения методов ведения переговоров с туристами и поставщиками туристских услуг, использования технологий согласования условий договора по реализации туристского продукта, оказанию туристских услуг</p>	<p>тестирование письменное</p> <p>экзамен</p>
--	--	--	---

Методические указания студентам

Студентам на первом занятии необходимо ознакомиться с Рабочей программой дисциплины, где прописаны цели, задачи и трудоемкость изучаемого предмета. Перед началом изучения дисциплины необходимо повторить учебный материал обеспечивающих учебных дисциплин предшествующих курсов, которые дают основу для изучения дисциплины «ТОТТУ».

Затем необходимо ознакомиться с порядком изучения дисциплины, т.е. модульно-тематическим планом и пояснительной запиской с указанием этапов формирования заявленных компетенций.

И, наконец, ознакомиться с порядком оценивания результатов обучения, для чего необходимо изучить следующие документы: Положение о модульно-рейтинговой системе оценивания и Принципы оценки уровня знаний, умений и навыков (характеристика ответа).

Студент должен внимательно изучить перечень основной, (дополнительной) литературы, Интернет-ресурсов и взять необходимые учебники в библиотеке.

При сдаче модулей упор делается на знание ключевых социологических понятий и умение логично увязывать их в единую систему.

При подготовке к семинарскому занятию необходимо уточнить план проведения занятий, подготовить необходимую документацию. Практические занятия проводятся после лекционного изучения темы. Выполнение заданий, приведенных в программе учебной дисциплины обязательно.

Планы семинарских занятий по курсу «ТОТТУ» составлены, исходя из программы учебной дисциплины. Каждое семинарское занятие имеет свой сценарий, в состав которого включены контрольные вопросы и задания, для закрепления пройденного материала.

Для более плодотворной подготовки студентов к семинарским занятиям предложен список литературы и дополнительных источников по темам семинаров.

Практические занятия организованы так, чтобы закрепление лекционного материала проводится в активных формах, предполагающих значительную работу слушателей с конкретными документами, статистическими материалами и другими информационными источниками.

На семинарах проводится устный групповой анализ выполненных самостоятельных заданий, сравнение, дополнение. На следующем семинаре проводится опрос в форме коллоквиума или контрольная работа по понятиям коллоквиума в течение 20-30 минут. Она имеет несколько вариантов. Каждый студент получает вопросы на письменной контрольной работе и показывает уровень усвоения понятий. После трактовки определения необходимо придумать примеры из «реальной практики» тулоперейтинга.

Также при изучении данного курса преподавателем используются интерактивные методы обучения, что помогает эффективнее сформировать заявленные компетенции.

Интерактивные формы обучения обеспечивают высокую мотивацию, прочность знаний, творчество, коммуникабельность, командный дух, ценность индивидуальности, свободу самовыражения, акцент на деятельность, взаимоуважение и демократичность.

Тематика изучаемых в учебной дисциплине «ТОТТУ» вопросов располагает возможностями для проведения анализа исследования и мониторинга проблем, что дает основание студентам участвовать в научно-практических конференциях, в работе круглых столов, дискуссиях и презентациях.

Самостоятельная работа студентов регламентируется Положением об организации самостоятельной работы студентов.

Основными видами учебных занятий для студентов по данному курсу учебной дисциплины являются: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа студентов является составной частью их учебной работы и имеет целью закрепление и углубление полученных знаний, умений и навыков, поиск и приобретение новых знаний.

Самостоятельная работа студентов включает в себя освоение теоретического материала на основе лекций, основной и дополнительной литературы; подготовку к семинарским занятиям в индивидуальном и групповом режиме. Советы по самостоятельной работе с точки зрения использования литературы, времени, глубины проработки темы и др., а также контроль за деятельностью студента осуществляется во время семинарских занятий.

Целью преподавателя является стимулирование самостоятельного, углублённого изучения материала курса, хорошо структурированное, последовательное изложение теории на лекциях, отработка навыков решения задач и системного анализа ситуаций на семинарских занятиях, контроль знаний студентов.

При подготовке к семинарским занятиям и выполнении контрольных заданий студентам следует использовать литературу из приведенного в данной программе списка, а также руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя.

Перед каждым семинарским занятием студент изучает план семинарского занятия с перечнем тем и вопросов, списком литературы и домашним заданием по вынесенному на семинар материалу.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию и выполнению домашних заданий:

- проработать конспект лекций;
- проанализировать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу (модулю);
- ответить на контрольные и дополнительные вопросы;

- выполнить заданные домашние задания;
- при затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

В конце каждого практического занятия студенты получают «домашнее задание» для закрепления пройденного материала. Домашние задания необходимо выполнять к каждому семинарскому занятию. Сложные вопросы можно вынести на обсуждение на семинар или на индивидуальные консультации. Контрольные работы состоят из вопросов и заданий, аналогичным задачам домашних заданий. Они оцениваются по 100 балльной системе в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации учебного процесса и оценки успеваемости студентов, и выполняются в учебные часы по расписанию в виде письменного решения индивидуальных контрольных заданий.

В разделе «Самостоятельная работа» представлены вопросы, не вошедшие в программу семинаров или не полностью раскрытые в темах курса. Для самостоятельного контроля знаний предложены контрольные вопросы для самопроверки. Для отработки практических умений и навыков студентам предложены ситуационные задачи, творческие задания, проблемные вопросы. Кроме того, на семинарах даются специальные задания (кейсы) для возможности работы студентов в группах. Студентам предлагается самостоятельно подготовить ответы на представленные вопросы в виде рефератов, эссе, выступлений, докладов.

Самостоятельная работа студентов организуется преподавателем в соответствии с модульным планом изучения дисциплины и имеет цель:

- систематизировать и расширить их теоретические знания;
- научить работать с учебной и научной литературой, проводить анализ и делать самостоятельные выводы;
- стимулировать профессиональный рост студентов, воспитывать творческую активность и инициативу.

Самостоятельная работа предполагает:

- изучение лекционного материала;
- чтение рекомендованных источников и литературы;
- написание рефератов, эссе на предложенные преподавателем темы;
- самостоятельное изучение материала по заданным темам;
- самостоятельные внеаудиторные работы студентов под контролем преподавателя;
- ответы на контрольные вопросы и тесты и т.д.

Контроль над ходом и результатами самостоятельной работы студентов может осуществляться в сплошной, индивидуальной, выборочной формах.

**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»**

Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации
по дисциплине
«Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

направление подготовки: Туризм

Профиль подготовки: Технология и организация туристских и
экскурсионных услуг

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля
 - 2.1. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля.
 - 2.1.1. Выступление на семинаре
 - 2.1.2. Индивидуальные домашние задания
 - 2.1.3. Тестирование письменное
 - 2.1.4. Реферат, эссе
 - 2.1.5. Контрольная работа
 - 2.2. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля.
 - 2.2.1. Фонд оценочных средств для проверки знаний и умений (вопросы к экзамену)
 - 2.2.2. Фонд оценочных средств для проверки сформированности навыков (задачи к экзамену)

1. Паспорт фонда оценочных средств

Формы контроля	ПК-3.3.			ПК-6.1.		
	Формируемые компетенции и их индикаторы					
Формы текущего контроля						
выступление на семинаре	3.7.			3.1., 3.2.		
индивидуальные домашние задания	3.7.	У.12.	В.11.	3.1., 3.2.	У.1.	В.1.
тестирование письменное	3.7.			3.1., 3.2.		
реферат, эссе	3.7.	У.12.		3.1., 3.2.	У.1.	
контрольная работа	3.7.			3.1., 3.2.		
Формы промежуточного контроля						
экзамен	3.7.	У.12.	В.11.	3.1., 3.2.	У.1.	В.1.

З- знания, У- умения, В- владения навыками

2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля.

2.1. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля

2.1.1. Выступление на семинаре

Выступление на семинаре является формой контроля для оценки уровня освоения компетенций, применяемой на практических и семинарских занятиях. Выступление на семинаре может проводиться с использованием форм устного опроса, обсуждения докладов, эссе, выполненных индивидуальных заданий и проблемных вопросов. Выступление на семинаре, таким образом, включает обязательную для всех студентов оценку текущего контроля знаний в виде устного опроса, а также выступление студентов по проблемным вопросам области ТОТТУ.

Вопросы к семинарам включают оценку закрепления материала, пройденного на лекциях, а также вопросы, направленные на выявление уровня понимания студентом сути ТОТТУ. Контрольные вопросы к семинарам содержатся в Планах практических и семинарских занятий.

Примерные темы выступлений на семинарах

1. Основные понятия туристской индустрии. Средства туристического производства.
2. Виды туроперейтинга, туроператоров и турагентств.
3. Основные функции туроператора и турагента.
4. Основы туроператорской деятельности.
5. Классы обслуживания.
6. Пакет услуг.
7. Проектирование тура.
8. Программа обслуживания.
9. Поставщики туристических услуг и их идентификация.
10. Маркетинговые исследования в разработке турпродукта.

11. Сегментирование рынка. Определение потребностей сегментов туррынка и возможностей туроператора.
12. Анализ конкурентной среды. Определение фокус-группы.
13. Дифференциация и позиционирование туров и туроператоров.
14. Договоры с поставщиками основных и дополнительных услуг, средствами размещения и предприятиями питания.
15. Договор между инициативным и рецептивным туроператорами.

Критерии оценивания выступления на семинаре

Результат	Балл
Демонстрирует полное понимание поставленного вопроса, логично и последовательно отвечает на вопрос. Дает развернутый ответ с практическими примерами.	100-90
Дает полный и логически правильный ответ на вопрос, но сформулировать примеры по рассматриваемому вопросу не может	80-89
Демонстрирует частичное понимание сути вопроса, способен охарактеризовать суть туроперейтинга.	70-79
Способен сформулировать определения терминов, привести классификацию, перечислить формы, методы и т.п., но не может дать их характеристику	60-69
Демонстрирует непонимание вопроса, отвечает с наличием грубых ошибок в ответе либо не отвечает на вопросы	менее 60

2.1.2. Индивидуальные домашние задания

Выполняются студентами в свободной форме. Сдаются на проверку в электронном варианте в строго установленный преподавателем срок.

Типовые варианты индивидуальных домашних заданий

Задание 1. Перечислите и расшифруйте все основные сокращения, встречающиеся в предложениях турфирм. По следующим категориям:

- номерной фонд;
- питание;
- типы размещения;
- виды из окон номера.

Задание 2. Вы являетесь инициативным туроператором. Перед вами поставлена задача, составить временную шкалу для новой летней туроперейтинговой программы инициативного туроператора. Заполните таблицу.

Виды деятельности	Годы	Месяцы	Конкретные виды работ

Задание 3. Вы являетесь рецептивным туроператором. Составьте временную шкалу рецептивной туроперейтинговой программы действующего тура. Заполните таблицу.

Виды деятельности	Годы	Месяцы	Конкретные виды работ

Задание 4. Самостоятельно проведите исследования рекламы турфирм по средствам массовой информации и определите среди рекламы предложения инициативных и рецептивных туроператоров. По каким параметрам их можно определить?

Найдите среди рекламных предложений инклюзив-туры, назовите их и охарактеризуйте. Приведите примеры фирм, предлагающих заказные туры. Чем рекламные объявления последних отличаются от рекламы инклюзив-туров?

Задание 5. Возьмите для примера два каких-либо туристских продукта (тура) российского рецептивного туроператора и проведите оценку их потребительских свойств. Сделайте выводы по каждому туру и сравните их. Проанализируйте, от чего зависят конкретные потребительские свойства каждого продукта.

Произведите экспертную оценку оптимальности обслуживания туристов на исследуемых турах. В каком случае предлагается более оптимальная программа? От каких факторов производства это зависит?

Разработайте план-программу обеспечения гостеприимства на каждом из исследуемых туров.

Критерии оценивания ИДЗ

Результат выполнения индивидуальных домашних заданий студентом оценивается в баллах. Оценка письменного ответа студента по результатам ИДЗ производится по 100 балльной системе. Если задания решены полностью и ответ верный, то за первое задание ставится 25 баллов, за второе задание ставится по 35 баллов, и за третье задание ставится 40 баллов.

2.1.3. Тестирование письменное

Для проверки полученных студентами знаний при изучении «Социологии», студентам предлагается письменно ответить на 20 тестовых заданий.

Примеры тестовых заданий

1. К дополнительным потребностям туристов относятся:
 - 1) получение образования, проживание
 - 2) экскурсии, развлечения, питание, оздоровление
 - 3) страхование, прививки, повышенная безопасность

- 4) получение материальной выгоды
- 5) визовая поддержка, предварительное бронирование услуг, транспортировка
- б) правовая защита путешественника
- а) правильно 3, 4, 5;
- б) правильно 3, 6;**
- в) правильно 1, 2, 6;
- г) правильно 2, 6.

2. Создание, продвижение, реализация услуг, направленных на удовлетворение специфических потребностей населения – это:

- а) туристическая индустрия;**
- б) туризм;
- в) туроператор;
- г) турагент.

3. Потребности во временном проживании, питании и транспортировке – это:

- а) основные потребности туристов;**
- б) дополнительные потребности туристов.

4. Любое благо товарной формы (произведенное с целью дальнейшей продажи), ориентированное на удовлетворение основных (естественных) и/или дополнительных туристских потребностей – это:

- а) тупродукт;
- б) турпакет;
- в) тур;
- г) туруслуга.**

5. Верно ли, что совокупность предприятий, предоставляющих туристские услуги, можно назвать поставщиками туристических услуг?

- а) да;**
- б) нет.

6. Верно ли, что туризм – это сегмент рыночной экономики, на котором взаимодействуют различные предприятия хозяйственного комплекса с целью предложения продукта, удовлетворяющего туристский интерес?

- а) да;**
- б) нет.

7. Процент поставщиков туристических услуг, удовлетворяющих потребности, как туристов, постоянно растет из-за:

- а) увеличивающегося разнообразия предложений;
- б) большой конкуренции на мировом туристическом рынке;

- в) стабильного роста туристических обменов;
- г) **верно все вышеперечисленное.**

8. Туристская фирма (организация), занимающаяся комплектацией туров по договорам с поставщиками услуг и в соответствии с потребностями туристов – это:

- а) **туроператор;**
- б) турагент;
- в) турброкер;
- г) верно все вышеперечисленное.

9. Вставьте пропущенное слово в следующее определение: «*туризм* – вид человеческой активности, заключающийся в совершении человеком поездки за пределы места его постоянного проживания на срок более ..., но менее шести месяцев с любой целью, кроме получения материального вознаграждения».

- а) 12 часов;
- б) **24 часов;**
- в) 48 часов;
- г) 72 часов.

10. Юридическое или физическое лицо, занимающееся рекламированием, доведением до потребителя и продажей разработанных туроператором турпакетов – это:

- а) туроператор;
- б) **турагент;**
- в) турброкер;
- г) верно все вышеперечисленное.

11. Является ли туризм сложной социально-экономической системой, основу которой составляет многоотраслевой производственный комплекс, называемый туристской индустрией?

- а) **да;**
- б) нет.

Критерии оценивания тестов

Результат выполнения тестовых заданий студентом оценивается в баллах. Оценка ответа студента по результатам тестирования производится по 100 балльной системе. Если тесты решены и ответ верный, то за каждый правильный ответ ставится 5 баллов.

2.1.4. Реферат, эссе

Реферат является одним из этапов в формировании компетенций обучающегося. Реферат как форма оценочного средства предполагает краткое изложение в письменном виде содержания и результатов индивидуальной

учебно-исследовательской деятельности, имеет регламентированную структуру, содержание и оформление. Его задачами являются формирование умений самостоятельной работы студентов с источниками литературы, их систематизация, развитие навыков логического мышления, углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Написание реферата на предложенные преподавателем темы:

1. Анализ туристских ресурсов и туристской индустрии РТ и их влияние на формирование турпродукта.
2. Анализ конкурентоспособности турфирм города Казань.
3. Анимационные программы: задачи, цели, перспективы.
4. Ассортиментная политика в маркетинге турфирмы.
5. Влияние экономико-политических и социально-культурных факторов на развитие туризма.
6. Возможности применения Интернет-технологий в разработке, формировании и продвижении турпродукта.
7. Вопросы развития въездного и внутреннего туризма в РФ.
8. География туризма.
9. Глобализация рынка туристических услуг: особенности проявления.
10. Государственная политика РФ (РТ) в сфере санаторно-курортного лечения, оздоровления и отдыха.
11. Государственная политика в сфере туризма: правовой аспект.
12. Государственное регулирование развития туризма в России (Татарстане).
13. Детский туризм и его проектировочные и технологические особенности.
14. Индустрия туризма и индустрия гостеприимства в РФ (РТ).
15. Инновационные направления развития туризма в России.
16. Исторические формы въездного международного туризма в России.
17. Маркетинговые исследования в сфере туризма.
18. Международное регулирование туризма.
19. Международный туризм: история, состояние, перспективы развития.
20. Место туризма на мировой арене.
21. Национальные парки в системе экологического туризма в РФ.
22. Организация деятельности многопрофильного турагентства.
23. Организация и управление в сфере туризма.
24. Организация обслуживания туристов.
25. Особенности организации чартерных перевозок.
26. Особенности организации экскурсионного вида туризма.
27. Основы безопасности туристской деятельности.
28. Перспективные виды туристической деятельности в России (Татарстане).
29. Перспективы развития туризма в Республике Татарстан.
30. Проектирование и технология организации специализированных туров для иностранцев в России.
31. Проектирование и технология организации религиозных туров.
32. Проектирование и технология реализации образовательных туров.
33. Особенности продвижения турпродукта.
34. Основные направления развития рынка туристических услуг в РФ (РТ).

35. Развитие туризма в современной России.
36. Развитие туризма: зарубежный опыт.
37. Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций в сфере туризма.
38. Разработка специализированного обучающего тура для иностранных студентов, изучающих русский язык.
39. Разработка специализированного образовательного (обучающего) тура за рубеж.
40. Разработка турпродукта и формирование туров туроператором.

Требования к написанию реферата

Реферат пишется с последующим докладом на лекции – пресс-конференции или сдачи преподавателю на проверку.

Реферат должен отвечать следующим требованиям:

1. Методологические требования состоят в следующем: студент должен показать владение теорией, дать определения вводимым понятиям, показать понимание социального явления и его роль в российском обществе.
2. Методико-процедурные требования раскрываются через наличие следующих структурных элементов работы:

Титульный лист включает полное наименование вуза, факультета; название темы реферата; сведения об исполнителе (Ф.И.О. студента, номер группы); сведения о научном руководителе (Ф.И.О., ученая степень, ученое звание); место и год выполнения реферата.

Оглавление. Нумерация страниц в оглавлении, постраничная в работе.

Введение: характеризует актуальность и значимость проблемы, обоснование выбора темы, цель и задачи работы.

Основная часть: раскрывает содержание темы, должно быть изложено полно, ясно, логично, на основе собственного анализа источников информации.

Заключение: делаются основные аргументированные выводы по главам, общий итог работы (достижение цели и задач).

Список литературы должен состоять не менее чем из 10 источников.

Объем работы в печатном исполнении 10-15 листов.

Итог: Студент углубляется в ту тему, которая наиболее интересна для него, самостоятельно работает с источниками и высказывает свое мнение на семинаре.

Написание эссе на предложенные преподавателем темы:

1. Региональный туризм: понятие и особенности управления.
2. Реклама в индустрии туризма.
3. Сегментация рынка в туризме.
4. Сельский туризм: возможности организации и перспективы развития в РФ (РТ).
5. Совершенствование туристско-экскурсионного обслуживания иностранных туристов в РФ (РТ).
6. Современные виды туризма.
7. Специальные виды туризма.
8. Современные методы продвижения турпродукта.

9. Современные тенденции развития туризма в Европе.
10. Средства размещения в сфере туризма.
11. Состояние, проблемы, тенденции развития, характеристика различных видов туристских ресурсов в РТ.
12. Страхование туристов и профессиональной ответственности туроператора.
13. Технологии организации выездных туров.
14. Технологии организации внутреннего туризма.
15. Технология разработки туров в системе туроперейтинга.
16. Туризм в СССР.
17. Туризм выходного дня и его проектировочные и технологические особенности.
18. Туристический бизнес в России (Татарстане).
19. Туристский регион: содержание и границы понятия (на примере анализа РТ).
20. Туристские ресурсы Татарстана и перспективы их развития.
21. Турпроектирование на основе ресурсов РТ.
22. Туры выходного дня и возможности их проведения в Казани.
23. Ценовая политика в индустрии гостеприимства.
24. Экотуризм: его проектирование и технологические особенности.
25. Public Relations в туризме.

Требования к написанию эссе

Изучение курса социологии предполагает написание эссе. Объем данной работы не должен превышать 5-6 страниц компьютерного текста.

Целью написания эссе является закрепление полученных в учебном процессе знаний, а также показать умение студентов определить тему исследования, раскрыть суть выбранной темы, умение анализировать существующие в литературе точки зрения по исследуемой проблеме, аргументировано отстаивать свое мнение.

Завершенная и оформленная работа сдается в назначенный срок преподавателю.

Критерии оценивания реферата, эссе

Критериями оценки реферата являются: новизна текста, обоснованность выбора источников литературы, степень раскрытия сущности вопроса, соблюдения требований к оформлению. Новизна текста определяет, прежде всего, самостоятельностью в постановке проблемы, формулированием нового аспекта известной проблемы, наличие авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений.

Критериями положительной оценки эссе являются: обоснованность темы и логичность изложения материала; самостоятельность в изложении материала, обоснованность выводов и доказательств; умение логически мыслить и раскрыть суть ответа на поставленный вопрос.

Одним из критериев оценки работы является анализ использованных источников. Определяется, привлечены ли наиболее известные работы по теме

исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

Степень раскрытия сущности вопроса – наиболее важный критерий оценки работы студента над рефератом и эссе. В данном случае определяется: а) соответствие плана теме работы; б) соответствие содержания теме и плану работы; в) обоснованность способов и методов работы с материалом, способность его систематизировать и структурировать; г) полнота и глубина знаний по теме; е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). Также учитывается соблюдение требований к оформлению: насколько верно оформлены ссылки на используемые источники, список использованных источников; оценка грамотности и культуры изложения; владение терминологией; соблюдение требований к объёму реферата и эссе.

Критерии оценивания	Баллы
В работе обозначена проблема и обоснована её актуальность; сделан анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция; сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём; соблюдены требования к внешнему оформлению.	90-100
Основные требования к работе выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата или эссе; имеются упущения в оформлении.	80-89
В работе имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в ее содержании; отсутствуют выводы.	66-79
Работа представлена, но заявленная тема не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.	60-65

2.1.5. Контрольная работа

Контрольная работа используется для текущего контроля умений и навыков студентов. В целях освоения компетенции для написания контрольной работы студенты изучают необходимый теоретический материал по теме, а также отрабатывают навыки технологии работы с документами. Каждому студенту выдается индивидуальный вариант контрольной работы из расчета по времени на решение на одну полную пару.

Типовой вариант контрольной работы

Раскройте сущность следующих понятий: «туризм» и «туристская индустрия», основные и дополнительные туристские потребности, инфра- и супра- структуры туризма, информационное поле туризма, туроператор, турагент и т.д.

Критерии оценивания

Результат выполнения контрольной работы студентом оценивается в баллах. Оценка письменного ответа студента по результатам контрольной работы производится по 100 балльной системе. Если ответ на вопросы представлен в развернутом виде, написан в терминах социологии и ответ верный, то за КР ставится от 86 до 100 баллов. Далее в зависимости от наполнения ответа на вопрос, представленного в КР количество полученных баллов, уменьшается в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе ВУЗа.

2.1. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля

2.2.1. Фонд оценочных средств для проверки знаний/умений

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Дайте определение туроперейтинга.
2. Каковы основные различия между туроператором и турагентом?
3. Что такое туроператор? Что такое турагент?
4. Какие виды туроперейтинга вам известны?
5. Каковы основные функции туроперейтинга?
6. Дайте определение тура. Перечислите основные виды туров.
7. Что такое турпродукт? Назовите основные потребительские свойства турпродукта и охарактеризуйте их.
8. Дайте определение понятия «пакет услуг» и назовите факторы, влияющие на его комплектацию.
9. Что такое основные и дополнительные услуги? В чем их различие?
10. Что такое проектирование тура? Назовите этапы проектирования туруслуги согласно ГОСТ Р 50681-2010.
11. Что такое вербальная модель тура, из чего она состоит?
12. Что такое технологическая карта тура? Какая информация в ней содержится?
13. Каковы общие требования к туристской услуге согласно ГОСТ Р 50690-2000?
14. Назовите рекомендуемые требования к туруслуге?
15. Кто утверждает документацию на спроектированные услуги и процессы обслуживания? Могут ли быть внесены в нее изменения?
16. Что такое программа обслуживания? Расскажите о порядке составления программы обслуживания.
17. От каких параметров зависит уровень обслуживания туристов? Что такое оптимальная программа обслуживания?
18. Какие организации и предприятия участвуют в обслуживании туристов на туре?
19. Какова мера ответственности туроператора за обслуживание туристов на маршруте тура?
20. На какие моменты следует обратить внимание при выборе поставщика услуги?

21. Как оформляются взаимоотношения с партнерами-поставщиками услуг?
22. Что такое договорной план? Какие разделы он в себя включает? От чего зависит состав договорного плана туроператора?
23. Приведите типичную временную шкалу для летней туроперейтинговой программы.
24. Как нужно готовиться к договорной кампании? Перечислите правила психологического подхода к ведению переговоров.
25. Для чего нужен договор с поставщиками услуг? Что представляет собой договор и как он оформляется? Назовите необходимые приложения к договору туроператора с поставщиками услуг.
26. Какими нормативно-правовыми документами национального уровня регулируются договорные отношения в туризме?
27. Назовите виды договоров с гостиничными предприятиями, расскажите об их особенностях.
28. Какими документами международного и национального уровня регулируются взаимоотношения туроператоров с гостиничными предприятиями?
29. Какими нормативными актами РФ и международными документами регламентируются авиаперевозки туристов и договорные взаимоотношения с авиакомпаниями?
30. Охарактеризуйте виды договоров с авиакомпанией. Что подразумевает агентское соглашение с авиакомпанией? Какие моменты необходимо предусмотреть в договоре?
31. Расскажите об организации чартерных программ. Как рассчитывается стоимость чартерного авиарейса и шаттл-чартера?
32. Какими документами (российскими и международными) регламентируется организация автобусных перевозок туристов?
33. Что такое листы поездки? За что при организации автобусных туров несет ответственность турфирма, а за что автотранспортное предприятие?
34. Какие существуют виды договоров между туроператором и железной дорогой? В чем их специфика.
35. Что должно быть отражено в договоре между рецептивным и инициативным туроператорами при организации инклюзив-тура, заказного тура?
36. Для чего необходима технологическая документация туров? Назовите полный список технологических документов тура. Охарактеризуйте эти документы.
37. Перечислите основные каналы реализации туристского продукта. Чем отличаются внутренние и внешние каналы сбыта? В каком случае какие каналы используются?
38. Назовите две формы организации сбыта туристского продукта.
39. Что представляют собой собственные бюро продаж и каковы их основные функции?

40. Что такое канал продвижения? Какие существуют схемы рыночных каналов продвижения туристского продукта туроператора? В каких случаях используется тот или иной канал?

41. Расскажите об розничных и оптовых туристских фирмах. Каково их место и роль в структуре каналов сбыта?

42. Что такое агентское соглашение? Что является предметом и объектом агентского соглашения? Каковы необходимые условия агентского соглашения?

2.2.2 Фонд оценочных средств для проверки умений/навыков

Задание 1. Составьте проект программы обслуживания туристов на автобусном туре по маршруту Казань – Сочи – Казань.

1. Определите:

- маршрут путешествия;
- перечень туристских предприятий – исполнителей услуг;
- период предоставления услуг каждым таким предприятием;
- перечень экскурсий и достопримечательных объектов, туристских походов и прогулок;
- комплекс досуговых мероприятий;
- продолжительность пребывания в каждом пункте маршрута;
- количество туристов, участвующих в путешествии;
- потребность в гидах, экскурсоводах;
- необходимое количество транспортных средств и вид транспорта для внутренних перевозок;
- формы и количество рекламных, информационных материалов, а также листовок к туристским путевкам с описанием путешествия.

2. На основании данного проекта программы обслуживания, соблюдая принципы оптимальности, рациональности и тематического соответствия, составьте:

- предварительную программу обслуживания (набор услуг) для партнера, направляющего к вам туристов;
- программу обслуживания туристов по дням, которая составляется непосредственно перед заездом;
- разные по уровню (классу) обслуживания программы.

Задание 2. Составьте программу обслуживания туристов для любой турфирмы Казани:

А. Познавательный тур по Казани – 5 дней.

Б. Конгресс-тур по Казани – 5 дней (с дообеденными заседаниями),

В. Спортивный тур по Казани – 3 дня.

Задание должно быть выполнено: а) по набору услуг; б) по дням обслуживания.

Задание 3. Представьте, что ваша фирма организует туры по Казани. Назовите предполагаемых поставщиков услуг для ниженазванных туров вашей фирмы:

А. «Казань – тысячелетняя».

Б. Деловой тур в Казань.

В. Народные промыслы Татарстана.

Г. Знакомство с национальной татарской кухней в Казани.

Задание 4. Разработайте новый хобби-тур «Знакомство с национальной татарской кухней» на следующий год для приема иностранных туристов.

Маршрут тура: Москва – Казань на 6 дней.

Примерная программа тура: размещение в гостиницах первого класса, питание в ресторанах Казани, дающих представление о национальной кухне; экскурсии: обзорная по Казани, в Казанский Кремль, в Зилантов монастырь; прогулка по вечернему «Казанскому посаду»; теплоходная прогулка по Волге до острова Свияжска (летом); экскурсия в Раифский Богородицкий мужской монастырь. В свободное от экскурсий время туристам предлагаются: знакомство с национальными промыслами, занятия по татарской кулинарии, шопинг, посещение аквапарка, ужин с дегустацией в ресторане «Дом татарской кулинарии» и прощальный ужин в русском ресторане.

Срок действия тура: май – октябрь.

Питание - полный пансион в ресторане гостиницы, в 1-й и 6-й день – питание в пути следования.

Используя форму таблицы, представленную ниже, составьте договорный план с поставщиками услуг этого тура.

№	Наименование партнера	Основной предмет договора	Срок действия договора	Сроки заключения договора	Особые сведения

Задание 5. Возьмите одного из поставщиков услуг (гостиницу, транспортное предприятие) из разработанных вами при выполнении предыдущих практических заданий туров и составьте план ведения переговоров с ним. Проанализируйте обстоятельства переговоров, пути реализации возможных решений, «портрет» вашего делового партнера, используя рекомендации, данные в этой главе.

Спрогнозируйте возможные доводы партнера по переговорам и, используя правила психологического подхода, подготовьте контрдоводы, способные убедить его принять ваши предложения.

Задание 6. Тур, составленный и подготовленный вами, действует круглый год и имеет циклический характер. День приезда новой группы и день отъезда предыдущей не совпадают, а следуют друг за другом. Вы работаете в турфирме г. Казань и отправляете группы туристов на этот тур регулярно 2 раза в месяц. Составьте проект договора с Горьковской железной дорогой на обеспечение туристов, путешествующих по этому маршруту, проездными железнодорожными билетами.

Задание 7. Ваша фирма организует тур «Народные промыслы Татарии». Собственной экскурсионной службы не имеет и заказывает экскурсии в

экскурсионном бюро. Составьте проект договора на данный тур (на год) с экскурсионным бюро на обслуживание экскурсиями циклично заезжающих групп туристов.

Подготовьте проект договора с музеем на посещение его группами ваших туристов по специальным заявкам.

Задание 8. Вы работаете в туристской фирме Москвы и ведете переговоры с казанским туроператором о приеме ваших туристов в Казани на туре «Казань тысячелетняя». Разработайте проект договора между вашими туроператорскими фирмами.

Задание 9. Разработайте макет рекламного объявления для конкретного туристского продукта, учитывая следующие вопросы: На кого ориентирован туристский продукт? Что вы хотите сказать о качестве вашего продукта? Какой формы должно быть ваше объявление? Видеоряд? Какие рекламоносители вы будете использовать (СМИ, рекламные щиты, киоски, ТВ)? Когда должна выйти ваша реклама?

Задание 10. Составьте план мероприятий для туроператорской PR-компании, чтобы они были направлены на:

- перманентную организацию информационного потока от компании к существующим и потенциальным партнерам и клиентам;
- создание и поддержание имиджа компании и обеспечение эффекта ее присутствия в сферах конкурентного рынка и в сопутствующих ему акциях;
- достижение понимания и доброжелательности со стороны средств массовой информации и социума, на который ориентируется ваш бизнес.

Задание 11. Туроператор формирует собственный недельный чартерный рейс в Болгарию. Стоимость чартера, оплаченного оператором – 21000 \$, вместимость воздушного судна – 155 человек. Для обеспечения «наземного обслуживания» своих туристов оператор предварительно выкупил 100 мест жестким блоком у местного отельера по средней цене 7 \$ в сутки, при этом размер элота по жесткому блоку, отнесенный на планирующийся заезд, составил – 4900 \$. Расселение оставшихся 55 человек (155 – максимальная загрузка лайнера) планируется в том же отеле на условиях элота с мягким блоком мест по цене – 11 \$ с человека в сутки. Определите точку нулевой рентабельности авиарейса, если предложения конкурентов на рынке на идентичный тур оцениваются в 260 \$.

Задание 12. Туроператор планирует организовать чартерный рейс в Тунис, стоимость чартерной перевозки, заявленной авиакомпанией – 29000 \$. Условия работы оператора с отелем – элотмент по мягкому блоку мест (неограниченное количество мест) со средней стоимостью наземного обслуживания 130 \$ с человека. Минимальные рыночные возможности туроператора объективно оценены в 106 человек (при максимальной загрузке лайнера в 155 человек). Определите отпускную цену тура и размер прибыли туроператора в случае превышения им минимально допустимой загрузки судна на 12%.

Задание 13. Туроператор планирует организовать летние шаттл-чартеры, т.е. чартерную цепочку (с регулярностью – 10 дней) в Мармарис (Турция). Для

этого на весенней туристической выставке в Москве им был заключен договор на комитмент – условия работы с 3 отелями Мармариса на общее количество 160 коек, по которому стоимость суток проживания составила 11 \$ с человека. Авиакомпания предоставляет для осуществления перелетов Ту-154, максимальная коммерческая загрузка которого 160 человек, стоимость каждого шаттл-чартерного полета – 27000 \$. Туроператор рассчитал норму прибыли не менее 35%. Определите отпускную цену с учетом комиссионного вознаграждения агентам в размере 10%.

Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам экзамена

Характеристика ответа	Европейская оценка	Рубежные баллы	Оценка	Уровень сформированности компетенций
Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос экзаменационного билета, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном ориентировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. При ответе на экзаменационный билет студент демонстрирует применение знаний к реальным профессиональным ситуациям, объясняет решение задачи на уровне анализа, синтеза и дает свою оценку решения проблемы. Причем студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания и правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	A	100-96	5+	Повышенный уровень сформированности компетенций
Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Задача решена правильно и с обоснованием принятого решения. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.	A	95-91	5	
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая	A	90-86	5-	

последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Задача решена верно, правильно обосновывает принятую методику решения задачи. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя.				
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.	В	85-81	4+	Базовый уровень сформированности компетенций
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Ответы на дополнительные вопросы логичны, изложены в терминах науки, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.	С	80-76	4	
Студент демонстрирует достаточные теоретические и практические знания. Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий или решении практической задачи, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	С	75-71	4-	
Дан недостаточно полный и развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Студент испытывает затруднения при выполнении практической задачи и не может связать теорию с практикой.	D	70-66	3+	Пороговый уровень сформированности компетенций
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Испытывает затруднения при выполнении практических задач. Речевое оформление требует поправок, коррекции.	E	65-61	3	
Дан неполный ответ. Присутствует нелогичность изложения. Студент затрудняется с доказательностью. Масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений. В ответе отсутствуют выводы. Речь неграмотна. При ответе на дополнительные	E	60	3-	

вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя				
Студент испытывает значительные трудности в ответе на экзаменационные вопросы. Присутствует масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов. Речь неграмотна. На дополнительные вопросы студент не отвечает. Задача не решена	F	Менее 60	2	Компетенции не сформированы