

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Трофимов Евгений Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.11.2024 10:45:32
Уникальный программный ключ:
с379adf0ad4f91cbbf100b7fc3323cc41cc52545

Образовательное частное учреждение высшего образования

«Российская международная академия туризма»

Центральные туристские курсы

СОГЛАСОВАНО:

Индивидуальный предприниматель

Каменева Виктория Валерьевна

«Голден Тревел Скул

(GOLDEN TRAVEL SCHOOL)»

В.В. Каменева

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор РМАТ

Е.Н. Трофимов

СОГЛАСОВАНО:

Первый проректор РМАТ

В.Ю. Питюков

**Программа повышения квалификации
«Быстрый старт в профессии Турагент»**

(код 1-57)

144 часа

Автор программы:

к.пед.н., доцент Л.В. Королева

Директор Центральных туристских курсов к.пед.н., доцент Г.И. Зорина

г. Химки

2024г.

РАЗДЕЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

1.1. Цель реализации программы

Совершенствование профессиональных компетенций слушателей в области работы менеджера по туризму

№	Компетенция	Направление подготовки 43.03.02 Туризм Бакалавриат
		Код компетенции
1.	Способен организовать работу исполнителей, принимать решения об организации туристской деятельности	ПК-1
2.	Способен подбирать туристские программы для групп и индивидуальных туристов	ПК-3
3.	Способен применять технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий	ПК-5
4.	Способен к продвижению туристского продукта с использованием современных технологий	ПК-6
5.	Способен к самостоятельному бронированию туров с использованием приемов информационно-технологических возможностей.	ПК-8

Совершенствуемые компетенции

Программа разработана в соответствии с профессиональным стандартом утвержденного приказом Минтруда России от 24.12.2021 г. № 913н (зарегистрирован Министерством юстиции 01.02.2022 г. № 67083).

Программа формирует компетенции, которые необходимы в работе турагента и направлены на формирования практических навыков при продаже туров. Большое внимание уделяется продажам и взаимодействию с туристами, изучению личных кабинетов ведущих туроператоров, уделяется большое внимание характеристики туристских направлений таким как: Мальдивы, Турция, Египет, ОАЭ, Тайланд, Куба. Изучаются туристские особенности регионов и рекомендуемая отельная база для продажи турпродукта. Изучаются программы помощники, которые упрощают работу специалиста. Отдельный блок по поиску туристов и формирования базы туристов. Специалисты уже в период обучения начинают подбирать, бронировать туры. После окончания обучения специалистом гарантировано трудоустройство в офисах турагентств партнеров (офисы Москвы, Санкт Петербурга, Казани, Калуги).

Планируемые результаты обучения по дополнительной профессиональной программе соответствуют выполняемым трудовым действиям:

Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции, реализуемые после обучения	Код	Трудовые действия
Код В Организационное обеспечение туристских услуг	Организация отдыха	В/01.5	Определение потребностей туристов в туристских услугах Планирование туристских маршрутов Анализ предложений Туроператоров Формирование предложений для туристов
Код С Подбор и организация туров	Подбор Туров	С/01.6	Определение цели и выбор направления путешествия Составление программы Определение методических приемов Выбор программы для групп или индивидуальных туристов Отбор туристских объектов для будущей поездки Выявление потребностей туристов Комплектование "пакетного тура"
	Бронирования Туров	С/02.6	Выбор туроператора Использование технологических программ для бронирования тура Соблюдение правил бронирования Обеспечение всеми документами для поездки туристов

1.2. Планируемые результаты обучения

№ п/п	Знать / Уметь/ Владеть	Направление подготовки 43.03.02 Туризм Бакалавриат
		Код компетенции
1.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы разработки турпродуктов и туристских программ, их продвижения и реализации; - основные принципы организации качественного обслуживания потребителей и (или) туристов современные технологии разработки туристского продукта; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - контролировать процесс обслуживания потребителей и (или) туристов; - применять современные технологии разработки туристского продукта <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками разработки турпродуктов, их продвижения и реализации; - навыками организации качественного обслуживания потребителей и (или) туристов; - навыками применения современных технологий для разработки туристского продукта 	ПК-1
2.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объективные тенденции политического, экономического и социального развития стран мира, - методы получения информации о природных, социальных и экономических особенностях развития стран мира и особенностях развития туризма, природных и историко-культурных объектах культурно-исторического и природного наследия мира, - технологию разработки туристских программ и экскурсионных маршрутов с учетом потребностей туристских групп и индивидуальных туристов. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать методы получения статистической информации и ее обобщения; - использовать технологию подбора различных туристских маршрутов и программ с использованием сайтов и личных кабинетов туроператоров. - бронировать туристские маршруты с использованием имеющихся в стране туристско-рекреационных ресурсов. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками сбора, анализа и обработки научно-технической информации; - навыками разработки туристских программ и экскурсионных маршрутов; - навыками оформления туристской и экскурсионной документации; 	ПК-3

	-навыками организации по разработке различных туристских маршрутов и туристских программ обслуживания.	
2.	Знать: - принципы организации различных мероприятий. Уметь: - использовать различные технологии в процессе организации различных мероприятий. Владеть: - навыками разработки различных мероприятий.	ПК-5
3.	Знать: - современные информационные технологии, позволяющие наиболее эффективно осуществлять продвижение туристского продукта. Уметь: - формировать стратегию продвижения турпродукта в Интернете и социальных сетях, разрабатывать рекламную продукцию. Владеть: - современными технологиями, продвижения туристского продукта.	ПК-6
4.	Знать: - сайты туроператоров; -особенности туристского продукта туроператоров разных сайтов. Уметь: -бронировать туристский продукт; -использовать дифференцированный подход при организации туристского обслуживания. Владеть: - технологиями бронирования туристского продукта на сайте туроператора; - дифференцированным подходом при организации туристского обслуживания.	ПК-8

1.3. Категория обучающихся: к освоению дополнительной профессиональной программы допускаются: лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее образование; лица, получающие среднее профессиональное и (или) высшее образование.

1.4. Форма обучения: очно-заочная форма с использованием электронного обучения и дистанционных технологий

1.6. Срок обучения: 6 недель

1.7. Трудоемкость программы: 144 часа

1.8. Учебный график

№	Тема занятий	Вид занятий	Дата
1.	Раздел 1. Профессия менеджер по туризму (турагент)	Видео лекция, практические занятия	1 неделя
2.	Раздел 2. Подготовка к бронированию. Изучение поставщиков и туристских услуг.	Видео лекция, практические занятия	2 неделя 3 неделя
3.	Раздел 3. Техника бронирования турпродукта у разных поставщиков	Видео лекция, практические занятия	4 неделя 5 неделя
4.	Раздел 4. Философия продаж в туризме.	Консультация по индивидуальному графику	6 неделя
5.	Итоговая аттестация	Зачет	6 неделя

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

2.1. Учебный (тематический) план

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), вида аттестации	Всего час.	Аудиторные учебные занятия		Внеаудиторная работа
			Видео лекции	Практич. занятия	Самостоятельная работа
1.	Раздел 1. Профессия менеджер по туризму (турагент)	10	4	2	4
2.	Раздел 2. Подготовка к бронированию. Изучение поставщиков и туристских услуг.	54	14	6	34
3.	Раздел 3. Техника бронирования турпродукта у разных поставщиков	66	14	6	46
4.	Раздел 4. Философия продаж	12		12	0
Итоговая аттестация			Зачет (электронный тест)		
		2		2	
ИТОГО		144	32	28	84

2.2. Учебная программа

№ п/п	Виды учебных занятий	Содержание	Планируемые результаты обучения
Раздел 1. Профессия менеджер туризма (турагент)	1. Видеолекций – 4 часа, Практические занятия – 2 часа, Самостоятельная работа 4 часа.		ПК-1 ПК-3 ПК-5
Тема 1.1. Обзор профессии турагента	Видеолекция, 1 час. Практическое занятие 1 час Самостоятельная работа 4 часа.	Виды, функции и задачи турагентств. Зачем нужно учиться и получать профессию турагента. Плюсы и минусы работы в туристском бизнесе. Разобрать конкретные примеры в работе турагента с положительной и отрицательной стороны.	
Тема 1.2. Основы профессионального мастерства турагента	Видеолекция, 1 час	Основы турбизнеса, турагент как профессия. Квалификационные требования к турагенту. Турпродукт: понятие, сущность, классификации туров.	
Тема 1.3. Нормативные документы, определяющие туристскую и экскурсионную деятельность	Видеолекция, 2 часа	Федеральные законы, определяющие требования к организации и ведению туристской деятельности. Правовые акты и иные нормативные документы, устанавливающие требования к организации путешествий и экскурсий.	
	Практическое занятие 1 час	Составить список нормативно-правовой документации турагента, регламентирующей его профессиональную деятельность.	

<p>Раздел 2. Подготовка к бронированию. Изучение поставщиков и туристских услуг.</p>	<p>Видеолекции -14 часов, Практические занятия – 6 часов, Самостоятельная работа – 34 часа.</p>		<p>ПК-5 ПК-6 ПК-8</p>
<p>Тема 2.1. Особенности сайта туроператора Анекс-Тур</p>	<p>Видеолекция 1 час</p>	<p>Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.</p>	
<p>Тема 2.2. Особенности сайтовХолдинга туроператоров КоралТревел и Санмар</p>	<p>Видеолекция 2 часа</p>	<p>Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.</p>	
<p>Тема 2.3. Особенности сайта туроператора Пегас Туристик</p>	<p>Видеолекция 1 час</p>	<p>Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.</p>	

Тема 2.4. Видео-лекция. Особенности сайта туроператора Интурист	Видеолекция 1 час	Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.	
Тема 2.5. Особенности сайта туроператора TEZ TOUR	Видеолекция 1 час	Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.	
Тема 2.6. Особенности сайта туроператора Амботис	Видеолекция 1 час	Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.	
Тема 2.7. Особенности сайта туроператора Мальдивиана	Видеолекция 1 час	Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.	

<p>Тема 2.8. Особенности сайта туроператора FUN&SUN</p>	<p>Видеолекция 1 час</p>	<p>Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.</p>	
<p>Тема 2.9. Особенности сайта туроператора Алеан</p>	<p>Практическое занятие, презентация 1 час</p>	<p>Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.</p>	
<p>Тема 2.10. Особенности сайта туроператора Русский Экспресс</p>	<p>Практическое занятие, презентация 1 час</p>	<p>Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.</p>	
<p>Тема 2.11. Особенности сайта туроператора Библио - Глобус</p>	<p>Практическое занятие, презентация 1 час</p>	<p>Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.</p>	

<p>Тема 2.12. Особенности сайта туроператора Дельфин</p>	<p>Практическое занятие презентация 1 час</p>	<p>Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.</p>	
<p>Тема 2.13. Особенности сайта туроператора Спейс Тревел</p>	<p>Самостоятельная работа, презентация 34 часа</p>	<p>Оформление сайта, его легкодоступность, получение любой информации с помощью трех кликов (трех щелчков) мышью, легко запоминаемое имя сайта, точность и актуальность информации на сайте, снабжение сайта рекламой, обязательное размещение его адреса на всех рекламно-информационных материалах фирмы.</p>	
<p>Тема 2.14. Полетные программы туроператоров</p>	<p>Видеолекция 1 час</p>	<p>Процедура оформления авиабилетов, знание тарифов, маршрутов основных авиакомпаний, стоимость типовых билетов.</p>	
<p>Тема 2.15. Тонкости при бронировании авиаперелетов (конкретизация рейсов, топливный сбор доплаты за багаж. Питание на борту)</p>	<p>Видеолекция 2 часа</p>	<p>Составление маршрутов и резервирование авиабилетов. Правила бронирования билетов через агентства авиакомпании. Основные системы бронирования.</p>	
<p>Тема 2.16. Страхование в туризме</p>	<p>Видеолекция 1 час</p>	<p>Функции страхования в туризме, виды страхования в туризме, разновидности страхования: имущественное и личное, страхование в туризме от несчастных случаев, медицинское страхование, страхование ответственности. Специфические виды страхования. Правовое регулирование страховой деятельности.</p>	

Тема 2.17. Трансферы в составе турпакетов	Практическое занятие 1 час	Понятие «трансфер», что включено в стоимость трансфера, виды трансфера, преимущества трансфера, способы заказа трансфера.	
Тема 2.18. Визовые формальности	Видеолекция 1 час	Понятие «виза». Виды «виз», визового и безвизового въезда, порядок оформления визы, проблемы оформления визы, шенгенское соглашение и шенгенские визы.	
Тема 2.19. Дополнительный сервис в туризме	Практическое занятие 1 час	Виды дополнительного сервиса в туризме: трансфер в аэропорт, доставка документов в офис или на дом, оформление загранпаспорта, бронирование автомобилей за границей, бронирование билетов на мероприятия, дополнительное страхование багажа, предоставление международных телефонных карт.	
Раздел 3. Техника бронирования турпродукта у разных поставщиков	Видеолекции – 14 часов, Практические занятия – 6 часов, Самостоятельная работа – 46 часов.		ПК-6 ПК-8
Тема 3.1. Бронирование на сайте туроператоров: Анекс Тур, Мальдивiana, Библио-Глобус. Интурист, TEZ TOUR, Русский Экспресс, Амботис, Алеан, Дельфин.	Видеолекции 4 часа	Поиск туров онлайн, подбор тура онлайн, на что обратить внимание выбирая онлайн тур, покупка онлайн тура, гарантии при покупке онлайн туров.	

<p>Бронирование на сайте туроператоров: Корал Тревел и Санмар, FUN&SUN, Пегас Туристик,</p>	<p>Практические занятия- 2 часов</p>	<p>Поиск туров онлайн, подбор тура онлайн, на что обратить внимание выбирая онлайн тур, покупка онлайн тура, гарантии при покупке онлайн туров.</p>	
<p>Бронирование на сайте туроператора: Спейс Тревел</p>	<p>Самостоятельная работа – 12 часов</p>	<p>Поиск туров онлайн, подбор тура онлайн, на что обратить внимание выбирая онлайн тур, покупка онлайн тура, гарантии при покупке онлайн туров.</p>	
<p>Тема 3.2. Бронирование на сайте туроператоров комбинированных туров.</p>	<p>Самостоятельная работа – 12 часов</p>	<p>Понятие комбинированного тура, особенности комбинированных туров, преимущества и недостатки комбинированных туров, комбинированные туры по нескольким странам, комбинированный тур из нескольких видов отдыха, комбинированные туры по России.</p>	
<p>Тема 3.3. Бронирование на сайте туроператоров индивидуальных туров</p>	<p>Видеолекция - 2 часа</p>	<p>Сущность индивидуальных туров, особенности подбора индивидуальных туров, преимущество индивидуальных туров. Подбор индивидуального тура потребителю с учетом его пожеланий.</p>	
<p>Тема 3.4. Бронирование на сайте туроператоров туров с регулярными авиарейсами</p>	<p>Практическая работа - 2 часа</p>	<p>Понятие регулярных рейсов. Особенности регулярных рейсов. Достоинства и недостатки регулярных рейсов. Бронирование туров с регулярными авиарейсами.</p>	

<p>Тема 3.5.</p> <p>Бронирование на сайте туроператоров экскурсионных программ обслуживания</p>	<p>Видеолекция - 2 часа</p>	<p>Понятие экскурсии, особенности виды экскурсионных программ обслуживания, экскурсионные программы обслуживания по России.</p>	
<p>Тема 3.6.</p> <p>Бронирование на сайте туроператора лечебных туров</p>	<p>Видеолекция - 2 часа</p>	<p>Понятие лечебного тура, особенности лечебных туров, виды лечебных туров, особенности обслуживания отдыхающих в лечебных учреждениях.</p>	
<p>Тема 3.7.</p> <p>Бронирование на сайте туроператоров дополнительных услуг</p>	<p>Видеолекция - 2 часа</p>	<p>Виды дополнительного сервиса в туризме: трансфер в аэропорт, доставка документов в офис или на дом, оформление загранпаспорта, бронирование автомобилей за границей, бронирование билетов на мероприятия, дополнительное страхование багажа, предоставление международных телефонных карт.</p>	
<p>Тема 3.8.</p> <p>Бронирование на сайте туроператоров страховых услуг</p>	<p>Самостоятельная работа - 12 часов</p>	<p>Функции страхования в туризме, виды страхования в туризме, разновидности страхования: имущественное и личное, страхование в туризме от несчастных случаев, медицинское страхование, страхование ответственности. Специфические виды страхования. Правовое регулирование страховой деятельности.</p>	

Тема 3.9. Бронирование туров и информирование туристов в условиях с ситуации, связанной с Ковид 19	Видеолекция - 2 часа	Условия въезда в страны в условиях пандемии, связанной с «Ковид-19», ограничения въезда в страны связанные с «Ковид-19».	
Тема 3.10. Условия аннуляции туров	Самостоятельная работа - 10 часов	Форс-мажорные обстоятельства отказа туриста от тура. Потери при аннуляции тура. Условия возврата денег при аннуляции тура.	
Тема 3.11. Условия изменения бронирования туров	Практическая работа – 1 час	Условия изменения бронирования туров. Потери при изменении бронирования туров.	
Тема 3.12. Особенности бронирования групповых туров	Практическая работа – 1 час	Сущность групповых туров, особенности подбора групповых туров, преимущество групповых туров. Подбор групповых туров потребителю.	
Раздел 4. Философия продаж в туризме	Практическая работа – 12 часов	Разработка скриптов диалога с туристами.	ПК-6 ПК-8
Итоговая аттестация	Зачет – 2 часа	Электронный тест «Тур-Практикум».	ПК-6 ПК-8

РАЗДЕЛ 3. ФОРМЫ АТТЕСТАЦИИ И ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

3.1. Итоговая аттестация

Итоговая аттестация осуществляется на основании выполненного компьютерного теста.

1. Выберите максимально точное определение понятия «туристский рынок».
2. Выберите проблемы, возникающие в регионе в процессе развития туризма.
3. Гуманитарное значение туризма заключается в:
4. Из предложенных вариантов ответов выберите тот, в котором перечислены основные направления влияния туризма на экономику региона.
5. Доход туристской дестинации складывается из следующих статей:
6. Расширенное экономическое воздействие туризма на экономику страны (региона пребывания туристов) называется:
7. К крупным фирмам по прокату автомобилей относятся:
8. Какое из определений понятия туристская деятельность соответствует современному российскому законодательству
9. Каким образом проходит классификация ТУРИСТСКИХ транспортных услуг
10. Каково количество секторов в индустрии туризма
11. Как называются организации и предприятия, участвующие в обслуживании туристов во время прохождения тура.
12. Дайте определение понятия «программа обслуживания».
13. Какая организация является посредником между туроператором и туристом?
14. Перечислите функции, которые выполняют туристские агентства?
15. С чего начинается разработка любого туристского продукта?
16. Какие методы менеджмента туризма нивелируют свойство зависимости качества услуг от исполнителя?
17. Из предложенных вариантов ответов выберите тот, в котором перечислены ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ свойства туристского продукта.
18. Дайте максимально общее определение понятия «туристский продукт».
19. Из предложенных вариантов ответов выберите тот, в котором сформировано наиболее точное определение понятия «туристский маршрут».
20. В чем преимущества и недостатки организации маркетинговых исследований в Сети собственными силами?
21. Назовите и охарактеризуйте методы сбора информации в Интернете.
22. В чем преимущества и недостатки организации маркетинговых исследований в Сети?
23. Какие операции Интернет-банкинга доступны клиентам?
24. Какие услуги включаются в комплекс туристского Интернет-страхования?
25. В чем особенности российских Интернет-магазинов туристских фирм?
26. В чем заключается специфика туристских торговых Интернет-площадок?
27. Какими технологиями представлен туристский рынок B2B?
28. Охарактеризуйте типы туристских рынков электронной коммерции.
29. В чем заключаются преимущества и недостатки баннерной рекламы по сравнению с обычной?
30. Каковы основные требования к внешней рекламе туристских фирм в Рунете?
31. Каковы разновидности рекламных площадок в Интернете?
32. Каковы требования к содержательной рекламе туристских фирм в Рунете по эффективному воздействию на клиента?
33. Как и в каком виде организуется реклама в Интернете?
34. Охарактеризуйте структуру представительств турфирм в Интернете.
35. Как классифицируются представительства туристских фирм в Рунете?
36. Туроператор продает один вид турпродуктов по единой цене, реклама турпродукта обращена на рынок в целом. Какую стратегию охвата рынка использует фирма?

37. Сегментирование это:
38. Маркетинговые исследователи при сборе вторичных данных не должны использовать следующие методы исследования:
39. В некоей фирме быстро упал объем продаж. Маркетинговый управляющий этой фирмы полагает, что он понимает проблему и тщательно анализирует вторичные данные. Чтобы проверить свои предположения его следующий шаг должен быть:
40. Вторичные данные:
41. Наиболее важная и часто трудная работа в МИ - это:
42. Научный метод важен в МИ потому что:
43. Какое из следующих утверждений о маркетинговой смеси неверно:
44. Маркетинговая смесь состоит из:
45. Маркетинговая концепция означает:
46. Интернет-услуги:
47. Услуги, основанные на информации:
48. Система представления услуг:
49. Информационные технологии в сфере услуг:
50. Управляющие по маркетингу должны учитывать точность своих предсказаний продаж. Вообще они должны полагать, что:
51. Маркетинговые решения:
52. По крайней мере в кратковременной перспективе, что из следующего вне контроля управляющего по маркетингу:
53. Маркетинговую программу можно представить в виде следующих компонентов:
54. Главная разница между стратегией и стратегическим планом в следующем:
55. Фирма, озабоченная выживанием в нашем динамичном маркетинговом мире должна:
56. Планирование маркетинговой стратегии состоит из двух частей. Эти части таковы:

3.2. Шкала оценки выполнения оценочного средства

Критерии оценки	Оценка
% правильно выполненных заданий	
Выполнено до 50% заданий	не зачтено
Выполнено от 51 до 100 % заданий	зачтено

РАЗДЕЛ 4. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

4.1. Учебно-методическое обеспечение и информационное обеспечение программы (литература)

Нормативно-правовые акты и документы:

1. ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 № 132-ФЗ (в ред. 14.10.2024 № 346 - ФЗ).
2. ФЗ РФ «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. № 2300-1
3. Правила оказания услуг по реализации туристского продукта, утвержденные Постановлением Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. № 1852.
4. ГОСТ Р 50681-2010. - Туристские услуги. Проектирование туристских услуг (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 30.11.2010 N 580-ст)
5. ГОСТ Р 53522-2009 Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения.
6. ГОСТ Р 50690-2017. - Туристские услуги. Общие требования (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 31.10.2017 N 1561-ст)
7. ГОСТ Р 54604-2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования.
8. ГОСТ Р 54600-2011. - Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 18.12.2011 N 734-ст)
9. ГОСТ Р 57807-2017. - Туристские услуги. Требования к экскурсоводам (гидам) (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 20.10.2017 N 1468-ст)
10. ГОСТ Р 54604-2022 - Туризм и сопутствующие услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования (Дата введения 30.06.2023)
11. ГОСТ Р ЕН 15565-2012 Туристские услуги. Требования к обеспечению профессиональной подготовки туристских гидов и программам повышения квалификации.
12. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 24.12.2021 г. № 913н (зарегистрирован Министерством юстиции 01.02.2022 г. № 67083) "Об утверждении профессионального стандарта «ЭКСКУРСОВОД (ГИД)»".
13. Федеральный закон от 20 апреля 2021 г. N 93-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" в части правового регулирования деятельности экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников".

Основная литература

1. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности : учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 405 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/551808>
2. Скобельцына, А. С. Технологии и организация экскурсионных услуг : учебник для вузов / А. С. Скобельцына, А. П. Шарухин. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 251 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/540717>
3. Емелин, С. В. Организация турагентской деятельности : учебное пособие для вузов / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 310 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535002>
4. Емелин, С. В. Организация туроператорских услуг : учебное пособие для вузов / С. В. Емелин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 517 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535224>
5. Ветитнев, А. М. Информационные технологии в туристской индустрии : учебник для вузов / А. М. Ветитнев, В. В. Коваленко, В. В. Коваленко. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва :

Издательство Юрайт, 2024. — 340 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537752>

6. Дехтярь, Г. М. Стандартизация, сертификация, классификация в туристской и гостиничной индустрии : учебное пособие для вузов / Г. М. Дехтярь. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 397 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538380>

Дополнительная литература

1. Терехов, А. М. Основы статистического анализа в индустрии туризма. Практический курс : учебное пособие для вузов / А. М. Терехов, П. Г. Николенко, М. В. Ефремова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 154 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545211>

2. Восколович, Н. А. Маркетинг туристских услуг : учебник и практикум для вузов / Н. А. Восколович. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 242 с. [Электронный ресурс] // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536511>

3. Новолодская, Г. И. Туроператорская и турагентская деятельность : практическое пособие / Г. И. Новолодская, Н. Н. Тушемилова. — Москва : Директ-Медиа, 2023. — 232 с. [Электронный ресурс] // Университетская библиотека онлайн [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697460>

4. Лежнин, В. В. Экономические основы функционирования туристской фирмы : учебное пособие / В. В. Лежнин ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2022. — 128 с. [Электронный ресурс] // Университетская библиотека онлайн [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696356>

5. Лежнин, В. В. Инновационная деятельность на предприятии туризма : учебное пособие / В. В. Лежнин ; Поволжский государственный технологический университет. — Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2022. — 104 с. [Электронный ресурс] // Университетская библиотека онлайн [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696357>

6. Кабанова, Е. Е. Основы менеджмента и маркетинга в сфере туризма : учебно-методическое пособие / Е. Е. Кабанова, Е. А. Ветрова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2022. — 232 с. [Электронный ресурс] // Университетская библиотека онлайн [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621593>

7. Очилова, Х. Ф. Маркетинг туризма : учебник / Х. Ф. Очилова, М. Амонбоев. — Москва : Директ-Медиа, 2022. — 176 с. [Электронный ресурс] // Университетская библиотека онлайн [сайт]. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=689008>

8. Аннушкин, В.И. Риторика. Вводный курс: учебное пособие / В.И. Аннушкин. 6-е издание, стереотип. М.: Издательство «Флинта», 2021 – 292 с.

9. Афанасьев О. Е. Инновации в экскурсионной работе: концепции, технологии, практика: монография: в 2-х частях / Афанасьев О. Е., Агнаева К. В., Лебедев К. А., Лебедева О. Е., Житиневич Д. Ю. Издательство Директ-Медиа, 2021 – 591 с.

10. Н. Ю. Веселова Организация туристской деятельности: учебное пособие / Н. Ю. Веселова. — М.: Дашков и Ко, 2022. — 254 с.

11. В. Л. Горбунов Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: научно-практическое пособие / В. Л. Горбунов. — М.: РИОР; ИНФРА-М, 2022. — 288 с.

12. Т. В. Харитоновой Бизнес-планирование в туризме / под ред. Т. В. Харитоновой, А. В. Шарковой. — М.: ИТК «Дашков и К», 2021. — 310 с.

Интернет-ресурсы:

Обновляемые современные профессиональные базы данных

1. <https://tourism.gov.ru> - официальный сайт Федерального агентства по туризму;
2. <http://www2.unwto.org/ru> - официальный сайт Всемирной туристской организации;
3. <https://www.scopus.com> - Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus;
4. <https://apps.webofknowledge.com> - Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных WebofScience;
5. ScienceAlert является академическим издателем журналов открытого доступа. Также издает академические книги и журналы. ScienceAlert в настоящее время имеет более 150 журналов открытого доступа в области бизнеса, экономики, информатики, коммуникации, инженерии, медицины, математики, химии, общественной и гуманитарной науки;
6. SciencePublishingGroup электронная база данных открытого доступа включающая в себя более 500 научных журналов, около 50 книг, 30 материалов научных конференций в области статистики, экономики, менеджмента, педагогики, социальных наук, психологии, биологии, химии, медицины, пищевой инженерии, физики, математики, электроники, информатики, науке о защите природы, архитектуре, инженерии, транспорта, технологии, творчества, языка и литературы.

Обновляемые информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Гарант». – URL: <http://www.garant.ru>;
2. Информационно-правовая система «Консультант плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.

4.2. Материально-технические условия реализации программы

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде РМАТ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории РМАТ, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда РМАТ обеспечивает:

доступ к учебным планам, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам модулей;

фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы;

проведение процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;

взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

Организация обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства.

Обучающимся обеспечен удаленный доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен в программе и подлежит обновлению (при необходимости).

Требования к кадровым условиям реализации программы

Реализация программы обеспечивается педагогическими работниками РМАТ, а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на иных условиях.

Квалификация педагогических работников РМАТ отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и профессиональных стандартах.