



ФГОС ВО
(версия3++)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРОПЕРЕЙТИНГА»

ЧЕЛЯБИНСК 2026

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЧЕЛЯБИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Кафедра истории, музеологии и документоведения

Фонд оценочных средств

по дисциплине

«Организация туроперейтинга»

программа бакалавриата

«Историко-культурный туризм»

по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов
культурного и природного наследия

квалификация: бакалавр

Челябинск 2026

Фонд оценочных средств по дисциплине «Организация туроперейтинга» составлен в соответствии с требованиями ФГОСВО по направлению подготовки 51.03.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия.

Автор-составитель: Курмакаев Р.Ф., доцент кафедры истории, музеологии и документоведения, канд. ист. наук

Фонд оценочных средств по дисциплине «Организация туроперейтинга» как составная часть ОПОП на заседании совета факультета документальных коммуникаций и туризма рекомендована к рассмотрению экспертной комиссией, протокол № 7 от 18.04.2019.

Экспертиза проведена 17.05.2019, акт № 2019/ МООКПН (ИКТ)

Фонд оценочных средств по дисциплине «Организация туроперейтинга» как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 8 от 27.05.2019.

Срок действия фонда оценочных средств по дисциплине «Организация туроперейтинга» продлен на заседании Ученого совета института:

Учебный год	№ протокола, дата утверждения
2022/23	протокол № 8 от 30.06.2022
2023/24	протокол № 8 от 29.05.2023
2024/25	протокол № 11 от 27.05.2024
2025/26	протокол № 8 от 26.05.2025
2026/27	протокол № 10 от 25.05.2026

1. СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) представлен:

- ФОС в составе рабочей программы дисциплины;
- базой тестовых заданий, позволяющих оценить сформированность компетенций по дисциплине;
- материалами, необходимыми для оценки умений и владений (практико-ориентированные задания, используемые в период проведения промежуточной аттестации).

2. ФОС В СОСТАВЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФОС в соответствии с Положением «О порядке разработки и утверждении основных профессиональных образовательных программ – программ бакалавриата, специалитета и магистратуры» (утв. Ученым советом, протокол № 7 от 22.04.2019, приказ 83-п от 24.04.2019) входит в состав рабочей программы дисциплины (раздел № 6) и включает следующие пункты и подпункты:

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Таблица 6, 7.

6.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

6.2.1. *Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования* Таблицы 8, 9

6.2.2. *Описание шкал оценивания.*

6.2.2.1. Описание шкалы оценивания ответа на зачете (пятибалльная система). Таблица 10.

6.2.2.2. Описание шкалы оценивания Таблица 11.

6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

6.3.1. *Материалы для подготовки к экзамену.* Таблица 12, 13.

6.3.2. *Темы и методические указания по подготовке рефератов, эссе и творческих заданий по дисциплине.*

6.3.3. *Методические указания по выполнению курсовой работы.*

6.3.4. *Типовые задания для проведения текущего контроля формирования компетенций.*

6.3.4.1. Планы семинарских занятий.

6.3.4.2. Задания для практических занятий.

6.3.4.3. Темы и задания для мелкогрупповых/индивидуальных занятий.

6.3.4.4. Типовые темы и задания контрольных работ (контрольного урока).

6.3.4.5. Тестовые задания.

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений, характеризующих этапы формирования компетенций.

3. КОМПЛЕКТ АТТЕСТАЦИОННЫХ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ

МАТЕРИАЛОВ В ФОРМЕ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Спецификация тестовых заданий

Цель тестирования	Оценка учебных достижений
Функция тестирования	Контроль, диагностика
Вид контроля	Текущий контроль знаний обучающихся. Возможно применение в рамках промежуточной аттестации и проверки остаточных знаний
Модель АПИМ и формы тестовых заданий	Уровневая модель представлена в трех взаимосвязанных блоках тестовых заданий: – Блок 1. Задания на уровне «знать» в форме «выбор одного, двух и более правильных ответов из предложенных» выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно»; – Блок 2. Задания на уровне «знать» и «уметь» в форме «установление соответствия (последовательности)», в которых нет явного указания на способ выполнения, для их решения обучающийся самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий; – Блок 3. Задания на уровне «знать», «уметь», «владеть» представлены в форме кейс-задания, содержание которого предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы обучающийся мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и

	привлекая междисциплинарные знания. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее из описания реальной ситуации и совокупности сформулированных к ней вопросов. Выполнение обучающимся кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения.
Количество тестовых заданий	12
Время тестирования (мин)	30
Стратегия расположения заданий в тесте	В рамках темы по одному заданию из каждого блока
Планируемые результаты освоения	УК-2; УК-3; ПК-3
Перечень документов, используемых при планировании содержания теста	ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, рабочая программа дисциплины
Перечень приложений к спецификации	Кодификатор
Разработчики	Шицкова М. А., доцент кафедры истории, музеологии и документоведения, канд. ист. наук, доцент
Экспертиза тестовых заданий	Проведена в рамках общей экспертизы ОПОП

Кодификатор тестовых заданий¹

Код тестового задания (ТЗ)				Коды компетенций
№ блока и тип ТЗ			Наименование темы	
Блок 1. Выбор одного, двух и более правильных ответов	Блок 2. Установление соответствия (последовательности)	Блок 3. Кейс-задание		
1.1	2.1	3.1	Тема 1. <i>Понятие и виды деятельности туроператора</i>	ПК-3
1.2	2.2	3.2	Тема 2. <i>Функции и задачи туроператора</i>	УК-2
1.3	2.3	3.3	Тема 3. <i>Концепция создания</i>	УК-3

¹ Код тестового задания будет состоять из: № блока и № тестового задания темы, отделенных друг от друга точкой. Коды тестовых заданий первой темы: 1.1, 2.1, 3.1, второй темы – 1.2, 2.2, 3.2 и т. д.

2										
2.1	Установите соответствие между типом туроператора и географией туроперейтинга. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б <table><tr><th>Тип туроператора</th><th>Специфика туроперейтинга</th></tr><tr><td>1) аутгоинговый</td><td>А) планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт</td></tr><tr><td>2) инкаминг</td><td>Б) специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров</td></tr><tr><td>3) инсайдинг</td><td>В) разработка, продвижение и организация туров на территории собственной страны для иностранных граждан</td></tr></table>	Тип туроператора	Специфика туроперейтинга	1) аутгоинговый	А) планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт	2) инкаминг	Б) специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров	3) инсайдинг	В) разработка, продвижение и организация туров на территории собственной страны для иностранных граждан	1Б2В3 А
Тип туроператора	Специфика туроперейтинга									
1) аутгоинговый	А) планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт									
2) инкаминг	Б) специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров									
3) инсайдинг	В) разработка, продвижение и организация туров на территории собственной страны для иностранных граждан									
2.2	Установите соответствие между функцией туроператора и её характеристикой. Например, 1А2Б <table><tr><th>функция туроператора</th><th>характеристика</th></tr><tr><td>1) ценообразование на туристском рынке</td><td>А) способствуют созданию огромного количества рабочих мест</td></tr><tr><td>2) продвижения турпродукта</td><td>Б) благодаря маркетинговой деятельности туроператоров прочим субъектам туристского рынка становится известно о динамике изменений конъюнктуры туристского рынка</td></tr><tr><td>3) бюджетообразующая</td><td>В) способность прямо или косвенно определять принципы внешней политики</td></tr></table>	функция туроператора	характеристика	1) ценообразование на туристском рынке	А) способствуют созданию огромного количества рабочих мест	2) продвижения турпродукта	Б) благодаря маркетинговой деятельности туроператоров прочим субъектам туристского рынка становится известно о динамике изменений конъюнктуры туристского рынка	3) бюджетообразующая	В) способность прямо или косвенно определять принципы внешней политики	1Г2Б3 А4В
функция туроператора	характеристика									
1) ценообразование на туристском рынке	А) способствуют созданию огромного количества рабочих мест									
2) продвижения турпродукта	Б) благодаря маркетинговой деятельности туроператоров прочим субъектам туристского рынка становится известно о динамике изменений конъюнктуры туристского рынка									
3) бюджетообразующая	В) способность прямо или косвенно определять принципы внешней политики									

		стран		
	4) интегрирующая	Г) наличие эксклюзивных договоров с поставщиками дает возможность регулировать цены		
2. 3	Установите соответствие между классом обслуживания туриста и его характеристикой. Например, 1А2Б			1Б2А3 Г4В
	Класс обслуживания	характеристика		
	1) люкс	А) размещение в гостиницах категорий 4-5 звезд, перелет бизнес-классом, отличную кухню и широкий выбор блюд, возможен вариант шведского стола, индивидуальный трансфер		
	2) первый	Б) гостиницы категории 5 звезд и роскошные внекатегорийные отели, перелет первым классом или самолетами бизнес-авиации, питание в роскошных ресторанах, с обязательным обслуживанием, индивидуальный трансфер		
	3) туристский	В) размещение в гостиницах 1-2 звезд, в хостелах, общежитиях, в малых частных или кооперативных гостиницах, предусматривающих сервис по принципу самообслуживания, завтрак по типу шведского стола, с ассортиментом блюд по типу континентального завтрака; перелет, как правило, чартерными авиарейсами		
	4) экономический	Г) самый массовый вариант обслуживания, который предусматривает размещение в гостиницах 2-3 звезд, перелет экономическим классом регулярных авиарейсов (допускаются чартеры), питание по типу шведского стола, групповой трансфер		

	Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421	
2. 4	Установите последовательность стандартной модели семи маркетинговых мероприятий (модель семь «Р»): 1) туристский продукт 2) адресованный конкретным потребителям 3) предложенный в нужном месте 4) спланированный на основании спроса 5) по приемлемым ценам 6) с качественно исполненным обслуживанием 7) грамотно преподнесённый и реализованный	143257 6
Б л о к 3	Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания	
3. 1	Восстановите текст. Возникновение бизнеса туроператоров явилось следствием формирования _____ на дальние расстояния и усложнения туристского продукта, в результате чего развивался процесс _____ деятельности туристских фирм. Вовлечение в сферу туристского обслуживания организаций, предприятий и фирм, предоставляющих услуги, а также комплектация из этих услуг разнообразных _____ - все это потребовало развития специфического бизнеса – туроперейтинга.	Массо вого туриз ма; специа лизации; темат ически х туров
3. 2	Восстановите текст. В цивилизованном мире, где целые страны и народы живут за счет туризма, а туризм является приоритетной отраслью экономики и приносит прибыль предпринимателям и государствам, определение туриста дается более точное, а именно _____ — «_____». Таким образом, турист может заниматься _____ в месте пребывания, но средства на _____ его труда должны быть из источника в другой стране или другой местности. Он не должен отнимать рабочее место у местного жителя и не должен вывозить или изымать _____ из местных ресурсов. Поэтому все иностранные рабочие исключаются из туристской _____.	Без занят ия деятел ьност ью, оплачи ваемой из местн ого бюдж ета; оплачи ваемой деятел

		ность; ь; <i>оплат</i> у; <i>деньги</i> ; <i>статистики</i>
3.3	<i>Восстановите текст:</i> Благодаря маркетинговой деятельности туроператоров прочим субъектам туристского рынка (.....) становится известно о динамике изменений конъюнктуры туристского рынка (.....). При этом применяется большое количество маркетинговых инструментов — 	
3.4	<i>Прочтите текст:</i> В последние годы система сбыта туристского продукта приобрела две массовые формы: традиционную и нетрадиционную. К традиционным формам продажи туристских услуг относятся все те многочисленные туристские фирмы, для которых эта деятельность является основной, обеспечивающей их жизнеспособность. Нетрадиционные формы продажи туристских услуг возникают и активно действуют в отраслях, не связанных напрямую с туризмом. <i>Приведите примеры нетрадиционных форм продажи туристских услуг.</i>	

Тест-билет

(для бланкового тестирования)

Код ТЗ	Тестовое задание
Блок 1	<i>Выберите правильный ответ(ы)</i>
1.1	<i>Основным видом деятельности туроператора является:</i> 4) формирование турпакетов 5) оптовая продажа турпакетов и услуг 6) оптовая и розничная продажа турпакетов и услуг
1.2	<i>Определите функцию туроперейтинга по определению «в ходе разработки и продвижения тура туроператор распространяет на рынке данные о туристском потенциале курортных центров, культуре и традициях местного населения»:</i> 1) новаторская 2) информативная

	3) маркетинговая	4)интегрирующая								
1.3	<i>Как называется профиль работы туроператора, который специализируется на работе со многими отелями узкого перечня курортов:</i> 5) сильно концентрированный 6) концентрированный 7) рассеянный									
1.4	<i>Что не входит в состав комплекса маркетинговых коммуникаций туристского предприятия:</i> 1)реклама 2) связи с общественностью 3)разработка ценовой стратегии 3)стимулирование сбыта									
Блок 2	Установите соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Учтите, что один из элементов правого столбца лишний. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б3В									
2.1	<i>Установите соответствие между типом туроператора и географией туроперейтинга. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр и букв, соблюдая последовательность левого столбца, без пробелов и знаков препинания. Например, 1А2Б</i> <table><tr><th>Тип туроператора</th><th>Специфика туроперейтинга</th></tr><tr><td>1) аутгоинговый</td><td>А) планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт</td></tr><tr><td>2) инкаминг</td><td>Б) специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров</td></tr><tr><td>3) инсайдинг</td><td>В) разработка, продвижение и организация туров на территории собственной страны для иностранных граждан</td></tr></table>		Тип туроператора	Специфика туроперейтинга	1) аутгоинговый	А) планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт	2) инкаминг	Б) специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров	3) инсайдинг	В) разработка, продвижение и организация туров на территории собственной страны для иностранных граждан
Тип туроператора	Специфика туроперейтинга									
1) аутгоинговый	А) планирующий, продвигающий и реализующий внутренний турпродукт									
2) инкаминг	Б) специализируется на разработке, продвижении и реализации выездных международных туров									
3) инсайдинг	В) разработка, продвижение и организация туров на территории собственной страны для иностранных граждан									
2.2	<i>Установите соответствие между функцией туроператора и её характеристикой. Например, 1А2Б</i> <table><tr><th>функция туроператора</th><th>характеристика</th></tr><tr><td>1) ценообразование на</td><td>А) способствуют созданию</td></tr></table>		функция туроператора	характеристика	1) ценообразование на	А) способствуют созданию				
функция туроператора	характеристика									
1) ценообразование на	А) способствуют созданию									

	туристском рынке	огромного количества рабочих мест
	2) продвижения турпродукта	Б) благодаря маркетинговой деятельности туроператоров прочим субъектам туристского рынка становится известно о динамике изменений конъюнктуры туристского рынка
	3) бюджетообразующая	В) способность прямо или косвенно определять принципы внешней политики стран
	8) интегрирующая	Г)наличие эксклюзивных договоров с поставщиками дает возможность регулировать цены

2.3

Установите соответствие между классом обслуживания туриста и его характеристикой. Например, 1А2Б

Класс обслуживания	характеристика
1) люкс	А) размещение в гостиницах категорий 4-5 звезд, перелет бизнес-классом, отличную кухню и широкий выбор блюд, возможен вариант шведского стола, индивидуальный трансфер
2) первый	Б)гостиницы категории 5 звезд и роскошные внекатегорийные отели, перелет первым классом или самолетами бизнес-авиации, питание в роскошных ресторанах, с обязательным обслуживанием, индивидуальный трансфер
3) туристский	В) размещение в гостиницах 1-2 звезд, в хостелах, общежитиях, в малых частных или кооперативных гостиницах, предусматривающих сервис по принципу самообслуживания, завтрак

		по типу шведского стола, с ассортиментом блюд по типу континентального завтрака; перелет, как правило, чартерными авиарейсами	
	4)экономический	Г) самый массовый вариант обслуживания, который предусматривает размещение в гостиницах 2-3 звезд, перелет экономическим классом регулярных авиарейсов (допускаются чартеры), питание по типу шведского стола, групповой трансфер	
	Расположите следующие события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности. Ответ к заданиям запишите в виде сочетания цифр, которыми обозначены события (явления, процессы и т.п.) в правильной последовательности, без пробелов и знаков препинания. Например, 3421		
2.4	Установите последовательность стандартной модели семи маркетинговых мероприятий (модель семь «Р»): 1) туристский продукт 2) адресованный конкретным потребителям 3) предложенный в нужном месте 4)спланированный на основании спроса 5)по приемлемым ценам 6)с качественно исполненным обслуживанием 7)грамотно преподнесённый и реализованный		
Блок 3	Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания		
3.1	Восстановите текст. Возникновение бизнеса туроператоров явилось следствием формирования _____ на дальние расстояния и усложнения туристского продукта, в результате чего развивался процесс _____ деятельности туристских фирм. Вовлечение в сферу туристского обслуживания организаций, предприятий и фирм, предоставляющих услуги, а также комплектация из этих услуг разнообразных _____ - все это потребовало развития специфического бизнеса – туроперейтинга.		
3.2	Восстановите текст. В цивилизованном мире, где целые страны и народы живут за счет туризма, а туризм является приоритетной отраслью экономики и приносит прибыль предпринимателям и государствам, определение туриста дается более точное, а		

	именно — «_____». Таким образом, турист может заниматься _____ в месте пребывания, но средства на _____ его труда должны быть из источника в другой стране или другой местности. Он не должен отнимать рабочее место у местного жителя и не должен вывозить или изымать _____ из местных ресурсов. Поэтому все иностранные рабочие исключаются из туристской _____.
3.3	<i>Восстановите текст:</i> Благодаря маркетинговой деятельности туроператоров прочим субъектам туристского рынка (.....) становится известно о динамике изменений конъюнктуры туристского рынка (.....). При этом применяется большое количество маркетинговых инструментов —
3.4	<i>Прочтите текст:</i> В последние годы система сбыта туристского продукта приобрела две массовые формы: традиционную и нетрадиционную. К традиционным формам продажи туристских услуг относятся все те многочисленные туристские фирмы, для которых эта деятельность является основной, обеспечивающей их жизнеспособность. Нетрадиционные формы продажи туристских услуг возникают и активно действуют в отраслях, не связанных напрямую с туризмом. <i>Приведите примеры нетрадиционных форм продажи туристских услуг.</i>

Лист-ответ

(для бланкового тестирования)

Дисциплина

Организация туроперейтинга

Группа

Ф.И.О. обучающегося

Код ТЗ	Вариант ответа (номер)	Пометка преподавателя
1.1		
1.2		
1.3		
1.4		
2.1		
2.2		

2.3		
2.4		
3.1		
3.2		
3.3		
3.4		

Дата

Преподаватель _____ / _____ /

4. БАЗА ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ, ПОЗВОЛЯЮЩИХ ОЦЕНИТЬ СФОРМИРОВАННОСТЬ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Пример

ПК-3

Основным видом деятельности туроператора является:

- 1) формирование турпакетов
- 2) оптовая продажа турпакетов и услуг
- 3) оптовая и розничная продажа турпакетов и услуг

УК-2

Определите функцию туроперейтинга по определению «в ходе разработки и продвижения тура туроператор распространяет на рынке данные о туристском потенциале курортных центров, культуре и традициях местного населения»:

- | | |
|------------------|------------------|
| 1) новаторская | 2) информативная |
| 3) маркетинговая | 4) интегрирующая |

УК-3

1. Как называется профиль работы туроператора, который специализируется на работе со многими отелями узкого перечня курортов:

1. сильно концентрированный
2. концентрированный
3. рассеянный

2. Что не входит в состав комплекса маркетинговых коммуникаций туристского предприятия:

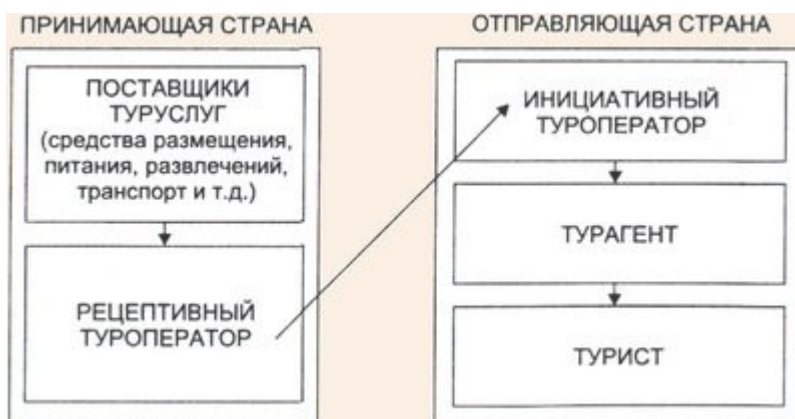
- 1) реклама
- 2) связи с общественностью
- 3) разработка ценовой стратегии
- 4) стимулирование сбыта

**4. МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ УМЕНИЙ И ВЛАДЕНИЙ
(ПРАКТИКО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ЗАДАНИЯ, ИСПОЛЪЗУЕМЫЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)**

№ п/п	Темы практико-ориентированных заданий	Код компетенций
1.	Изобразите схему работы рецептивного и инициативного туроператора	ПК-4; ПК-7
2.	Объясните процедуру оформления референса для туроператора, работающего на прием иностранных граждан в РФ.	ПК-4; ПК-7
3.	Изобразите формулу расчёта цены турпакета на одного туриста и объясните её составляющие	ПК-4; ПК-7

Материалы для выполнения практико-ориентированных заданий

Задание № 1. Изобразите схему работы рецептивного и инициативного туроператора



Задание № 2. Объясните процедуру оформления референса для туроператора, работающего на прием иностранных граждан в РФ.

Для того чтобы фирма имела право принимать иностранных туристов на территории России, ей нужно получить референс]. Процедура оформления референса следующая:

- 1) необходимо обратиться в Департамент консульской службы (ДКС) МИД России (по адресу: 1-й Неопалимовский пер., д. 12, ст. метро «Смоленская») по вопросу регистрации фирмы на право приема иностранных туристов. Там же можно выяснить, какой комплект документов необходимо представить для регистрации в ДКС МИД России;
- 2) для дальнейшей регистрации туристов необходимо зарегистрировать фирму в УВИРе г. Москвы (ул. Покровка, д. 42); процедура регистрации та же самая, что и в ДКС МИД России.

Задание № 3. Изобразите формулу расчёта цены турпакета и объясните её составляющие.

Цена турпакета на одного туриста, т.е. стоимость туристической путевки, определяется по формуле:

$$Ц = \frac{И + Н + П - С \pm К}{И + Р}$$

где И - себестоимость услуг, входящих в турпакет, составленный туроператором, руб.;

Н - косвенные налоги (НДС) по отдельным видам услуг туризма, руб.;

П - прибыль туроператора, руб.;

С - скидка, предоставленная туроператором туристу с цены отдельных видов услуг, входящих в турпакет, руб.;

$\pm К$ - комиссионное вознаграждение турагента, реализующего турпакет («+» - надбавка к цене турпакета,; знак «-» - скидки с цены туроператора в пользу турагента), руб.;

Ч - количество туристов в группе, чел.;

Р - количество лиц, сопровождающих группу туристов по определенному маршруту, чел.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ В ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

В ФОС по дисциплине внесены следующие изменения:

Учебный год	Реквизиты протокола Ученого совета	Номер раздела, подраздела	Содержание изменений и дополнений
2022/23	протокол № 8 от 30.06.2022		Без изменений
2023/24	протокол № 8 от 29.05.2023		Без изменений
2024/25	протокол № 11 от 27.05.2024	4	Доработаны практико-ориентированные задания
2025/26	протокол № 8 от 26.05.2025		Без изменений