



***ФГОС ВО***  
***(версия 3++)***

**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: Р.Ф. Курмакаев, 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 17.04.2023.

Экспертиза проведена 15.05.2023, акт № 2023/ИКТ.

Фонд оценочных средств по дисциплине «Организация туроперейтинга» как составная часть ОПОП утверждена на заседании Ученого совета института протокол № 8 от 29.05.2023.

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

| Учебный год | № протокола, дата утверждения |
|-------------|-------------------------------|
|             | 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   | <p><b>Уровневая модель</b> представлена в трех взаимосвязанных блоках тестовых заданий:</p> <p>– Блок 1. Задания <b>на уровне «знать»</b> 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»;</p> <p>– Блок 2. Задания <b>на уровне «знать» и «уметь» в форме «установление соответствия (последовательности)»</b>, 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;</p> <p>– Блок 3. Задания <b>на уровне «знать», «уметь», «владеть»</b> 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.</p> |
| 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 теста | при содержании | ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, рабочая программа дисциплины         |
| Перечень приложений к спецификации                       | к              | Кодификатор                                                                             |
| Разработчики                                             |                | Р.Ф. Курмакаев, доцент кафедры истории, музеологии и документоведения, канд. ист. наук, |
| Экспертиза тестовых заданий                              |                | Проведена в рамках общей экспертизы ОПОП                                                |

### ***Кодификатор тестовых заданий<sup>1</sup>***

| Код тестового задания (ТЗ)                               |                                                           |                         |                                                         | Коды компетенций |
|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------|---------------------------------------------------------|------------------|
| № блока и тип ТЗ                                         |                                                           |                         | Наименование темы                                       |                  |
| Блок 1.<br>Выбор одного, двух и более правильных ответов | Блок 2.<br>Установление соответствия (последовательности) | Блок 3.<br>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 туристского продукта</i>  | УК-3             |
| 1.4                                                      | 2.4                                                       | 3.4                     | Тема 4. <i>Реализация туристского продукта</i>          | УК-3             |

<sup>1</sup> 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.

### Банк тестовых заданий

|                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                              |
|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <b>К<br/>о<br/>д<br/>ТЗ</b>      | <b>Тестовое задание</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Ключ<br/><br/>верно<br/>го<br/>ответа</b> |
| <b>Б<br/>л<br/>о<br/>к<br/>1</b> | <b>Выберите правильный ответ(ы)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                              |
| 1.<br>1                          | Основным видом деятельности туроператора является:<br><br>1) формирование турпакетов<br>2) оптовая продажа турпакетов и услуг<br>3) оптовая и розничная продажа турпакетов и услуг                                                                                                                                                                             | 1                                            |
| 1.<br>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»:<br><br>1)новаторская                                  2) информативная<br>3) маркетинговая                              4)интегрирующая | 2                                            |
| 1.<br>3                          | Как называется профиль работы туроператора, который специализируется на работе со многими отелями узкого перечня курортов:<br>1) сильно концентрированный<br>2) концентрированный<br>3) рассеянный                                                                                                                                                             | 2                                            |
| 1.<br>4                          | Что не входит в состав комплекса маркетинговых коммуникаций туристского предприятия:<br>1)реклама                                          2) связи с общественностью<br>3)разработка ценовой стратегии        3)стимулирование сбыта                                                                                                                          | 3                                            |
| <b>Б<br/>л<br/>о<br/>к<br/>2</b> | <b>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</b>                                        |                                              |
| 2.<br>1                          | Установите соответствие между типом туроператора и географией туроперейтинга. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого. Ответ к заданиям запишите в виде                                                                                                                                                                      | 1Б2В3<br>А                                   |



|                                        | 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 |                  |                                                                   |  |  |
| 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.<br>2                                | Установите соответствие между функцией туроператора и её характеристикой. Например, 1А2Б                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                      | 1Г2Б3<br>А4В             |                                        |                                                                  |                            |                                                                                                                                                                 |                      |                                                                                                         |                  |                                                                   |  |  |
|                                        | <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 стран</td></tr><tr><td>4) интегрирующая</td><td>Г) наличие эксклюзивных договоров с поставщиками дает возможность</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 стран                            | 4) интегрирующая | Г) наличие эксклюзивных договоров с поставщиками дает возможность |  |  |
| 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.<br>3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Установите соответствие между классом обслуживания туриста и его характеристикой. Например, 1А2Б                                                                                                                                                                                                         |                   |  | 1Б2А3<br>Г4В |                    |                |         |                                                                                                                                                                        |           |                                                                                                                                                                                                               |               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                 |                                                                                                                                                                                                                                   |
| <table><tr><th>Класс обслуживания</th><th>характеристика</th></tr><tr><td>1) люкс</td><td>А) размещение в гостиницах категорий 4-5 звезд, перелет бизнес-классом, отличную кухню и широкий выбор блюд, возможен вариант шведского стола, индивидуальный трансфер</td></tr><tr><td>2) первый</td><td>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</td></tr><tr><td>3) туристский</td><td>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</td></tr><tr><td>4)экономический</td><td>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</td></tr></table> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                   |  |              | 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 |
| 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.<br>4               | <p>Установите последовательность стандартной модели семи маркетинговых мероприятий (модель семь «Р»):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) туристский продукт</li> <li>2) адресованный конкретным потребителям</li> <li>3) предложенный в нужном месте</li> <li>4) спланированный на основании спроса</li> <li>5) по приемлемым ценам</li> <li>6) с качественно исполненным обслуживанием</li> <li>7) грамотно преподнесённый и реализованный</li> </ol>                                                                                                                                                                    | 143257<br>6                                                                                    |
| Б<br>л<br>о<br>к<br>3 | <p><b>Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                |
| 3.<br>1               | <p>Восстановите текст.</p> <p>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.</p>                                                                                                                                                    | Массового туризма; специализации; тематических туров                                           |
| 3.<br>2               | <p>Восстановите текст.</p> <p>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 _____.</p> | Без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного бюджета; оплачиваемой деятельностью; оплат |



|                                        | 5) сильно концентрированный<br>6) концентрированный<br>7) рассеянный                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                      |                          |                                        |                                                                  |                            |                                                                                          |              |                                                                                                         |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.4                                    | Что не входит в состав комплекса маркетинговых коммуникаций туристского предприятия:<br>1)реклама<br>2) связи с общественностью<br>3)разработка ценовой стратегии<br>3)стимулирование сбыта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                      |                          |                                        |                                                                  |                            |                                                                                          |              |                                                                                                         |
| <b>Блок 2</b>                          | <b>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</b>                                                                                                                                                                                                        |                      |                          |                                        |                                                                  |                            |                                                                                          |              |                                                                                                         |
| 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 border="1"> <thead> <tr> <th>Тип туроператора</th><th>Специфика туроперейтинга</th></tr> </thead> <tbody> <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> </tbody> </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                                    | Установите соответствие между функцией туроператора и её характеристикой. Например, 1А2Б                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                      |                          |                                        |                                                                  |                            |                                                                                          |              |                                                                                                         |
|                                        | <table border="1"> <thead> <tr> <th>функция туроператора</th><th>характеристика</th></tr> </thead> <tbody> <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</td></tr> </tbody> </table>                                                                                                                                                                                     | функция туроператора | характеристика           | 1) ценообразование на туристском рынке | А) способствуют созданию огромного количества рабочих мест       | 2) продвижения турпродукта | Б) благодаря маркетинговой                                                               |              |                                                                                                         |
| функция туроператора                   | характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                      |                          |                                        |                                                                  |                            |                                                                                          |              |                                                                                                         |
| 1) ценообразование на туристском рынке | А) способствуют созданию огромного количества рабочих мест                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                      |                          |                                        |                                                                  |                            |                                                                                          |              |                                                                                                         |
| 2) продвижения турпродукта             | Б) благодаря маркетинговой                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                      |                          |                                        |                                                                  |                            |                                                                                          |              |                                                                                                         |

|  |                      |                                                                                                                                                        |
|--|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |                      | деятельности туроператоров<br>прочим субъектам<br>туристского рынка<br>становится известно о<br>динамике изменений<br>конъюнктуры туристского<br>рынка |
|  | 3) бюджетообразующая | В) способность прямо или<br>косвенно определять<br>принципы внешней политики<br>стран                                                                  |
|  | 8) интегрирующая     | Г)наличие эксклюзивных<br>договоров с поставщиками<br>дает возможность<br>регулировать цены                                                            |

2.3

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

| Класс обслуживания | характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1) люкс            | А) размещение в гостиницах<br>категорий 4-5 звезд, перелет<br>бизнес-классом, отличную<br>кухню и широкий выбор<br>блюд, возможен вариант<br>шведского стола,<br>индивидуальный трансфер                                                                                                                           |
| 2) первый          | Б )гостиницы категории 5<br>звезд и роскошные<br>внекатегорийные отели,<br>перелет первым классом или<br>самолетами бизнес-авиации,<br>питание в роскошных<br>ресторанах, с обязательным<br>обслуживанием,<br>индивидуальный трансфер                                                                              |
| 3) туристский      | В) размещение в гостиницах<br>1-2 звезд, в хостелах,<br>общежитиях, в малых<br>частных или кооперативных<br>гостиницах,<br>предусматривающих сервис<br>по принципу<br>самообслуживания, завтрак<br>по типу шведского стола, с<br>ассортиментом блюд по типу<br>континентального завтрака;<br>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 |  |
|               | <b>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</b>                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| 2.4           | <p>Установите последовательность стандартной модели семи маркетинговых мероприятий (модель семь «Р»):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) туристский продукт</li> <li>2) адресованный конкретным потребителям</li> <li>3) предложенный в нужном месте</li> <li>4)спланированный на основании спроса</li> <li>5)по приемлемым ценам</li> <li>6)с качественно выполненным обслуживанием</li> <li>7)грамотно преподнесённый и реализованный</li> </ol>                                     |                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| <b>Блок 3</b> | <b>Кейс-задания предполагают работу с предложенным текстом. После его прочтения необходимо ответить на поставленные вопросы или выполнить задания</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| 3.1           | <p>Восстановите текст.</p> <p>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.</p>                 |                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| 3.2           | <p>Восстановите текст.</p> <p>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 — «_____».</p> <p>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</p> |                                                                                                                                                                                                                                   |  |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | 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 –<br>.....<br>.....<br>.....                                                                                                                                                                                                                            |
| 3.4 | <i>Прочтите текст:</i><br>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.<br><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, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ 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 УВИР<sup>е</sup> 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:

$$Ц = И + Н + П - С \pm К / И + Р$$

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:

| <b>Учебный<br/>год</b> | <b>Реквизиты<br/>протокола<br/>Ученого<br/>совета</b> | <b>Номер<br/>раздела,<br/>подраздела</b> | <b>Содержание изменений и дополнений</b>    |
|------------------------|-------------------------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 2024/25                | Протокол №11<br>от 27.05.2024                         |                                          | Без изменений                               |
| 2025/26                | Протокол № 8<br>от 26.05.2025                         |                                          | Доработаны практико-ориентированные задания |
| 2026/27                | Протокол № 10<br>от 25.05.2026                        |                                          | Доработан банк тестовых заданий             |
|                        |                                                       |                                          |                                             |