

Министерство образования Республики Беларусь  
Гуманитарный колледж  
учреждения образования  
«Гродненский государственный университет имени Янки Купалы»

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР

\_\_\_\_\_ Ю.М. Сидорович

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2015 г.

## **ВОПРОСЫ**

### **к экзамену**

**по дисциплине «Туроперейтинг»**

**специальность 2-89 01 01 «Туризм и гостеприимство»**

**курс 3 группа А**

**дневная форма обучения**

**2015–2016 учебный год**

1. Возникновение бизнеса туроперейтинга на туристском рынке. Внешние и внутренние факторы туроперейтинга.
2. Основные функции туроперейтинга. Связь туроперейтинга с другими науками.
3. Основные понятия в туроперейтинге. Виды деятельности туроператора.
4. Различия между туроператором и турагентом.
5. Инициативные и рецептивные туроператоры, схемы их работы.
6. Турист и туристские ресурсы. Характерные черты объектов тур. интереса и их классификация.
7. Создание привлекательного турпродукта. Основные свойства турпродукта.
8. Типы туров, система и принципы их классификации.
9. Классы обслуживания.
10. Пакет услуг как основной турпродукт, его составляющие. Словарь международных терминов туруслуг.
11. Основные и дополнительные услуги в структуре туристического путешествия.
12. Преимущества и недостатки заказных и инклюзивных туров.
13. Проектирование тура, какими законодательными документами оно определяется.
14. Вербальная модель тура.
15. Этапы проектирования услуги (тур.путешествие) согласно ГОСТ 28681.1-95.
16. Общие и рекомендательные требования к туруслуге согласно ГОСТ 28681.2-95 и СТБ 1352-2005 с внесенными изменениями.
17. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов согласно ГОСТ 28681.3-95.
18. Методы контроля качества обслуживания туристов.
19. Программа обслуживания, ее характеристика.
20. Основная туристская документация, нормативные требования. Состав и

- содержание технологической документации. Тех. карта тур.путешествия, графики загрузки, информационные листки, памятки. Лист бронирования. Папка тура.
21. Планирование туроперейтинговой программы. Цели и задачи туроператора на каждой стадии планирования туров.
  22. Процесс выбора дестинации для туроперейтинговой программы, исследование и анализ.
  23. Основные принципы сегментирования рынка спроса. Сегментирование рынка по принципам тур. предпочтений.
  24. Критерии анализа рынка предложений. Оценка характера и масштаба конкуренции. Позиционирование туроператора на рынке.
  25. Формирование основного комплекса услуг. Особенности работы с партнерами и поставщиками услуг.
  26. Заключение договоров с гостиничным предприятием. Специфические положения.
  27. Заключение договоров с предприятием питания. Специфические положения.
  28. Заключение договоров с автотранспортным предприятием. Специф. положения.
  29. Заключение договоров со страховой компанией. Специфические положения.
  30. Заключение договоров с авиакомпанией. Специфические положения.
  31. Заключение договоров с железной дорогой. Специфические положения.
  32. Заключение договоров с экскурсионной фирмой (экскурсоводом), музеем. Специфические положения.
  33. Заключение договоров между инициативным и рецептивным туроператором, его положения. Вопросы, которые обсуждаются и фиксируются в договоре (разработка программы обслуживания). Основные требования к оформлению.
  34. Паспортные и визовые формальности при выезде за рубеж для граждан РБ. Правила оформления и порядок выдачи туристских виз для граждан РБ.
  35. Прием иностранцев на территории РБ. Референс и порядок оформления и выдачи туристских виз РБ иностранным гражданам. Транзитный проезд через территорию РБ.
  36. Виды страхования в зависимости от туроперейтинговой программы.
  37. Принципы разработки календарного графика на сезон.
  38. Продвижение турпродукта, формирование сбытовой сети. Традиционные и нетрадиционные формы продаж.
  39. Подбор партнеров по сбыту. Агентский договор, договор комиссии. Основные подходы к его заключению.
  40. Рекламные методы продвижения турпродукта.
  41. Нерекламные методы продвижения турпродукта.
  42. Стадии организации туров. Подготовка персонала к массовым продажам.
  43. Квалификационные требования к персоналу, проводящему переговоры с клиентом.
  44. План поэтапной работы турагента на этапе прямых продаж.
  45. Организация обслуживания клиентов на маршруте. Роль сопровождающего, руководителя при обслуживании тур.групп и индивидуалов, их функции.
  46. Методика предоставления дополнительных услуг, анимация обслуживания.
  47. Задачи и функции зарубежных представителей туроператора.

48. Стадия контроля качества предоставления тур.услуг и методы регулирования. Основные показатели качества обслуживания.
49. Специфика туроперейтинга в зависимости от различных типов туров.
50. Основная туристская документация, нормативные требования. Оформление договора на оказание услуг с туристами. Нормативные требования.
51. Основная туристская документация, нормативные требования. Папка тура.
52. Техника презентации туров по телефону, параметры оценки переговоров.
53. Паспортные и визовые формальности при выезде за рубеж для граждан РБ. Шенгенские и национальные визы. Транзитные визы.
54. Переговоры с поставщиками услуг: подготовка и правила психологического подхода к их проведению.

Преподаватель \_\_\_\_\_ С.В. Чувак  
Вопросы обсуждены и одобрены на заседании ЦК  
социально-гуманитарных наук и спец.дисциплин  
специальности «Туризм и гостеприимство»  
Протокол № \_\_\_ от \_\_\_\_\_ г.  
Председатель ЦК \_\_\_\_\_ Е.Ф. Зданович