**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**

**высшего образования**

**«Самарский государственный экономический университет»**

**Факультет** среднего профессионального и предпрофессионального образования

**Кафедра** факультета среднего профессионального и предпрофессионального

образования

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от «22» мая 2025 г.)

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ**

Наименование дисциплины ПМ.02 Предоставление туроператорских и турагентских услуг

Специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Программа Туроператорские и турагентские услуги

Квалификация (степень) выпускника Специалист по туризму и гостеприимству

Самара 2025

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **МДК.02.01 Предоставление туроператорских услуг** | | | |
| **ПК 2.1** **ОФОРМЛЯТЬ И ОБРАБАТЫВАТЬ ЗАКАЗЫ КЛИЕНТОВ.** | | | |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** | **Критерии оценивания** |
| 1 | Что является первым этапом обработки заказа клиента?  А) Заключение договора  Б) Подбор тура  В) Запись первичных сведений о клиенте  Г) Оплата туристского продукта | В | В |
| 2 | Какой документ оформляется сразу после согласования всех условий путешествия клиентом?  А) Заявка на оформление визы  Б) Заявка на бронирование  В) Туристская путевка  Г) Договор страхования | А | А |
| 3 | Какая информация должна присутствовать в туристском ваучере?  A) Фамилия и имя принимающего сотрудника  Б) Телефон службы поддержки туристической фирмы  В) Информация о медицинских страховках участников группы  Г) Описание маршрута, сроки предоставления услуг и контактные данные поставщика услуг | Г | Г |
| 4 | Кто утверждает стоимость туристского продукта? | Туроператор | Туроператор |
| 5 | Каким термином обозначается совокупность туристских услуг? | Турпродукт | Турпродукт |
| 6 | Какой документ клиент получает после полной оплаты тура и подтверждающих покупку билетов и проживание? | Ваучер | Ваучер |
| 7 | Как называется основной документ, заключаемый между туристом и туроператором? | Договор | Договор |
| 8 | Как называется процесс транспортного передвижения туристов внутри страны назначения? | Трансфер | Трансфер |
| 9 | Ситуация, когда количество проданных путевок превышает реальную вместимость средства размещения? | Овербукинг | Овербукинг |
| 10 | Клиент заказал индивидуальный трансфер, но водитель заблудился и прибыл на два часа позже запланированного времени. Что составляет предмет претензий туриста? | Нарушение сроков | Наличие слов и словосочетаний:  Нарушение сроков  Опоздание |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **МДК.02.02 Предоставление турагентских услуг** | | | |
| **ПК 2.2 КООРДИНИРОВАТЬ РАБОТУ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ЗАКАЗА** | | | |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** | **Критерии оценивания** |
| 1 | Что означает термин «нитка маршрута» в организации путешествий? А) Техническое оборудование транспортного средства  Б) График питания туристов  В) Список экскурсионных объектов  Г) Последовательность пунктов маршрута | Г | Г |
| 2 | Какой документ оформляется сразу после согласования всех условий путешествия клиентом?  А) Заявка на оформление визы  Б) Заявка на бронирование  В) Туристская путевка  Г) Договор страхования | А | А |
| 3 | Какой этап координации начинается сразу после получения заявки от клиента?  А) Финансовая оценка стоимости тура  Б) Расчет прибыли агентства  В) Проведение маркетингового исследования рынка  Г) Формирование пакета необходимых документов | Г | Г |
| 4 | Что является основной целью менеджера турагентства по координированию заказа?  А) Своевременное исполнение обязательств перед клиентом  Б) Повышение квалификации сотрудников фирмы  В) Максимальное увеличение прибыли агентства  Г) Оптимизация расходов на рекламу | А | А |
| 5 | Какой цифровой инструмент (программный продукт) помогает отслеживать статус заказов и взаимодействие с клиентами? | CRM | Наличие слов и словосочетаний:  CRM  СиАрЭм |
| 6 | Какую ценность стремится обеспечить турагент своим клиентам при подборе тура? | Качество | Качество |
| 7 | Как называется организация взаимодействия турагента с коллегами из разных подразделений для достижения целей заказа? | Координация | Координация |
| 8 | Как называется периодический контроль качества услуг в туристическом продукте? | Мониторинг | Мониторинг |
| 9 | Как называется процесс создания индивидуальных предложений для туристов? | Персонализация | Персонализация |
| 10 | Молодой сотрудник постоянно допускает мелкие ошибки при оформлении путевок, что вызывает недовольство клиентов. Коллеги советуют наказать его материально. Однако вы понимаете, что сотрудник перспективный и хорошо разбирается в продуктах. Какая управленческая мера подойдет больше всего? | Обучение | Наличие слов или словосочетаний:  Обучение, стажировка, тренинг, повышение квалификации |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **МДК.02.03 Координация качества выполнения турагентских услуг** | | | |
| **ПК 2.2 КООРДИНИРОВАТЬ РАБОТУ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ЗАКАЗА** | | | |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** | **Критерии оценивания** |
| 1 | Главная задача координатора отдела реализации заказов состоит в:А) Работе с потенциальными покупателямиБ) Поддержании деловой репутации фирмыВ) Подготовке отчетности для вышестоящего руководстваГ) Контролировании соблюдения сроков выполнения заявок клиентов и распределении заданий сотрудникам подразделения | Г | Г |
| 2 | Основной функцией системы менеджмента качества (ISO 9001) в туристическом агентстве является:А) Постоянное повышение качества обслуживания клиентов посредством постоянного совершенствования рабочих процессовБ) Улучшение корпоративной культурыВ) Рост доходов предприятияГ) Повышение престижа организации | А | А |
| 3 | Основные элементы контроля качества услуг в туристическом агентстве включают:А) Выявление ошибок и исправление дефектовБ) Анализ жалоб клиентов, оценку работы персонала и регулярный внутренний аудит качестваВ) Проведение регулярных тренингов сотрудниковГ) Устранение несоответствий в выполнении заказов | Б | Б |
| 4 | Что представляет собой метод экспертных оценок в управлении качеством туристских услуг?А) Метод коллективного обсуждения идейБ) Метод сбора мнений специалистов для выработки единого мнения по вопросам качестваВ) Использование статистических инструментовГ) Применение количественных методов измерения показателей | Б | Б |
| 5 | Что включает в себя программа по повышению качества услуг в турагентстве?А) Мониторинг текущих проблем, обучение сотрудников, разработка стандартов качества и контроль их выполненияБ) Модернизация веб-сайта агентстваВ) Повышение квалификации сотрудников и развитие инфраструктурыГ) Введение новой линейки туров | А | А |
| 6 | Как называется грамотное распределение задач и полномочий среди сотрудников турагентства? | Координация | Координация |
| 7 | Центральная идея, вокруг которой строится вся деятельность туристического агентства, предполагающая предложение качественного сервиса и персонального подхода к каждому туристу? | Клиентоориентированность | Клиентоориентированность |
| 8 | Как называется свойство или совокупность характеристик услуг, удовлетворяющих нужды и ожидания туристов? | Качество | Наличие слов и словосочетаний:  Качество, качество услуги |
| 9 | Клиент приобрел авиабилет через турагентство, однако агентство не предупредило его о переносе рейса на более позднее время. Из-за этого турист пропустил встречу с родственниками в пункте назначения и остался без присмотра в незнакомом городе. Позже турист подал официальную жалобу с просьбой компенсации морального вреда. Каковы должны быть действия турагентства? | Возмещение | Наличие слов и словосочетаний:  Возмещение, компенсация |
| 10 | Введённая новая CRM-система усложнила доступ сотрудников, не привыкшим работать в данной системе, к данным и замедлила процесс обработки заказов, вызывая недовольство клиентов. Какое мероприятие должны были провести в турагентстве перед запуском новой CRM? | Обучение персонала | Наличие слов и словосочетаний:  Обучение, подготовка, тренинг, инструктаж |

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**вопросы к экзамену МДК.02.01 Предоставление туроператорских услуг**

***Контролируемые компетенции - ПК 2.1***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** |
|  | Понятие и преимущества пакетного тура | Пакетный тур — это комплексное предложение туристического продукта, включающее набор основных услуг (перелет, проживание, трансфер, питание), сформированных туроператором и предлагаемых туристу по единой цене. Преимущества включают удобство и экономичность: экономия времени на самостоятельное планирование, упрощённую систему оплаты и возможность сэкономить благодаря оптовым закупкам услуг туроператором. |
|  | Виды скидок в туриндустрии | Основные виды скидок: сезонные (низкий сезон), специальные предложения («горящие туры»), семейные скидки, льготные условия для пенсионеров, студентов, военнослужащих и инвалидов. Такие скидки предоставляют сами туроператоры, отели, авиакомпании и другие поставщики услуг. |
|  | Содержание и значимость договора о реализации туристского продукта | Договор о реализации туристского продукта — это юридически значимый документ, заключаемый между туристом и туроператором, в котором оговариваются условия и порядок предоставления туристских услуг. Данный договор защищает интересы обеих сторон, определяет права и обязанности каждой из них, а также устанавливает механизм разрешения споров и урегулирования претензий. |
|  | Порядок оформления заявки на бронирование тура | Заявка на бронирование заполняется самим туристом или представителем туроператора и содержит персональные данные туриста, информацию о предпочитаемом продукте (маршрут, даты, категория размещения), особые пожелания и способы оплаты. Важно учитывать сроки подачи заявки и возможные штрафы за позднюю подачу или отказ от бронирования. |
|  | Типы виз и их влияние на подбор турпродукта | Существуют туристические, деловые, гостевые, учебные и транзитные визы. Тип визы влияет на длительность пребывания, цели поездки и выбор туристского продукта. Например, длительные визы позволяют планировать более насыщенные и разнообразные маршруты, тогда как краткосрочные ограничивают передвижение туриста. |
|  | Гарантийный фонд туроператора | Гарантийный фонд — это специальный финансовый резерв, формируемый туроператором для покрытия возможных потерь клиентов в случае банкротства компании или невыполнения ею своих обязательств. Фонд формируется из взносов самих операторов и управляется специальными органами регулирования отрасли. |
|  | Индивидуальная программа и ее отличие от массового пакетного тура | Индивидуальная программа разрабатывается специально под потребности отдельного туриста или небольшой группы и учитывает уникальные предпочтения (эксклюзивные экскурсии, особенные условия проживания, нестандартные маршруты). Массовый пакетный тур рассчитан на широкий круг потребителей и стандартизирует условия обслуживания. |
|  | Правовые нормы, регламентирующие отношения между туристом и туроператором | Основным нормативным актом, регулирующим взаимоотношения туриста и туроператора, является Федеральный закон РФ «Об основах туристской деятельности». Дополнительно применяются Гражданский кодекс РФ, Закон «О защите прав потребителей», постановления Правительства РФ и стандарты отрасли. |
|  | Комплект обязательных документов для туриста при выезде за границу | В комплект входят заграничный паспорт с действующей визой (если требуется), авиабилеты, ваучер на проживание, медицинский страховой полис, маршрутная квитанция и памятка туриста с рекомендациями по безопасности и культуре поведения в стране пребывания. |
|  | Информационные технологии в туроператорской деятельности | Современные туроператоры активно используют CRM-системы для управления клиентами, ERP-системы для автоматизации внутренних бизнес-процессов, платформы онлайн-бронирования, аналитику больших данных и мобильные приложения для удобства пользователей. |
|  | Методы мотивации сотрудников туроператора, способствующие повышению качества обслуживания | Эффективные методы мотивации включают материальную мотивацию (зарплата, премии, бонусы), карьерный рост, профессиональное обучение и наставничество, комфортные рабочие условия, конкурсы и соревнования, поощрение инициативности и командной работы. |
|  | Принципы качественного подбора кадров в туроператорской деятельности | Принцип компетентности, принцип профессионализма, принцип добросовестности и честности, принцип открытости коммуникаций, этичность и доброжелательность. Особое значение имеют опыт работы, знание иностранного языка, стрессоустойчивость и способность решать конфликты. |
|  | Процедура аннулирования заказа туристом | Аннулирование заказа начинается с подачи заявления туристом в офис туроператора или посредством электронного документооборота. Туроператор оценивает обстоятельства, указанные в заявлении, и производит расчёт удержанной части средств, если предусмотрено условиями договора. Оставшиеся средства возвращаются туристу. |
|  | Внутренний технологический регламент туроператора | Внутренний технологический регламент — это свод правил и стандартов, разработанных туроператором для оптимизации процессов бронирования, обработки заказов и взаимодействия с партнёрами. Он способствует минимизации ошибок, улучшает качество обслуживания и сокращает временные издержки. Регламент обязателен для соблюдения всеми сотрудниками компании |
|  | Алгоритм действий туриста при обнаружении ошибки в оформлении заказа. | Алгоритм действий, следующий: 1) сразу уведомить туроператора о допущенной ошибке; 2) представить доказательства обнаружения ошибки (например, фотографию неправильного текста); 3) дождаться устранения ошибки туроператором; 4) убедиться в правильном оформлении документов повторно перед вылетом. |

**Примерные вопросы к зачету с оценкой МДК.02.02 Предоставление турагентских услуг**

***Контролируемые компетенции - ПК 2.2***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** |
| 1 | Сущность и назначение процесса координации заказа туристов | Координация заказов туристов — это управление всеми стадиями формирования и реализации туристического продукта, начиная от приема заявки и заканчивая полным сопровождением клиента в поездке. Она необходима для своевременного выполнения обязательств перед туристами, избежания накладок и качественного предоставления услуг. |
| 2 | Роль современных информационных технологий в организации реализации заказов туристов | Современные информационные технологии облегчают работу операторов, автоматизируя процессы резервирования, бронирования, учета заказов и документооборота. Применение специализированных систем ускоряет реакцию на запросы клиентов и улучшает качество обслуживания. |
| 3 | Меры урегулирования конфликтных ситуаций с туристами | Применяется переговорный процесс, медиация, урегулирование претензий, возврат средств, внесение корректировок в последующие заказы, усиление внутреннего контроля качества услуг. |
| 4 | Задачи турагента на этапе согласования заказа с клиентом | На этом этапе турагент уточняет все детали будущего путешествия, включая сроки, маршруты, класс размещения, питание и дополнительные услуги. Затем он согласовывает сформированное предложение с клиентом, проводит консультацию и устраняет сомнения. |
| 5 | Действия турагента при запросе клиента о внесении изменений в готовый заказ | При изменении заказа агент сначала оценивает возможность и стоимость изменений, консультирует клиента о последствиях, перезаключает договор (при необходимости), переоформляет брони и готовит новый пакет документов. |
| 6 | Этапы реализации туристского заказа | Этапы включают приём заявки, согласование условий, бронирование услуг, оформление документов, оплату заказа, отправку туристов в поездку, поддержку в поездке и последующий анализ. |
| 7 | Влияние специфики туристского направления на организацию заказа клиентов | Каждое направление имеет уникальные особенности (визовые режимы, инфраструктура, культура), которые влияют на формирование маршрута, выбор размещения, оформление документов и организацию транспорта. |
| 8 | Особенности организации групповых туров | Особенностью групповых туров является строгость графика, обязательное согласование общих интересов, значительные масштабы бронировок, высокая степень зависимости от пунктуальности и четкого взаимодействия. |
| 9 | Форс-мажорная ситуация» и ее влияние на работу турагента | Форс-мажорной ситуацией считается событие вне контроля агентства, мешающее исполнению заказа, например, землетрясение, война, политическая нестабильность, террористические атаки или пандемия. Такие обстоятельства освобождают сторону от ответственности, но обязывают агентство проявить максимальную заботу о туристах, проинформировав их о сложившейся ситуации, предложив альтернативные варианты и проконсультировав по вопросам безопасности. Форс-мажор способен сильно повлиять на судьбу тура, вплоть до его отмены, но правильные действия агентства помогут минимизировать ущерб. |
| 10 | Схема взаимодействия турагента с различными участниками туристического заказа | Турагент работает в плотной взаимосвязи с туроператорами, авиакомпаниями, отелями, страховщиками, ресторанами и транспортными компаниями. Именно от их слаженной работы зависит качество и успешность выполнения заказа. При бронировании услуг турагент обращается к операторам и перевозчикам, далее согласовываются условия и происходит передача данных туристу. Любые изменения вносятся в режиме реального времени, что требует от агента высокой концентрации внимания и хорошей координации с каждым участником цепи. |
| 11 | Преимущества досрочного бронирования | Досрочное бронирование обладает преимуществами: выгодные цены, широкий выбор предложений, гарантии доступности билетов и мест в отелях. Однако существует риск изменения планов туриста или возникновения неблагоприятных обстоятельств (болезнь, отказ в визе, изменение семейного положения). Также раннее бронирование может ограничить свободу выбора последних акционных предложений и "горящих" туров. |
| 12 | Риски краткосрочного бронирования | Краткосрочное бронирование связано с повышенными рисками для турагента и туриста. Среди них: невозможность бронирования нужных билетов или мест в отелях, значительное удорожание услуг, потеря выгодных акций и скидок, ограничение свободы маневра при проблемах (например, болезнь туриста или отмена рейса). Турагенту приходится оперативно подбирать заменяющие варианты, что может оказаться затруднительным и финансово обременительным. |
| 13 | Документационное сопровождение заказа | В туристический заказ включается ряд документов: договор на оказание услуг, туристический ваучер, медицинская страховка, авиабилеты, приглашения, подтверждения бронирования гостиниц, информация о трансфере и экскурсиях. Иногда дополнительно требуются доверенность на несовершеннолетних, документы на аренду машины, визы и нотариально заверенные переводы. Вся эта документация хранится у турагента и передается туристу в электронном или печатном виде. |
| 14 | Роль турагента в обеспечении безопасности туриста в поездке | Одной из главных задач турагента является обеспечение безопасности туристов. Прежде всего, он консультирует клиента о возможных опасностях в пункте назначения, предоставляет подробную информацию о мерах безопасности и рекомендует подходящую медицинскую страховку. При возникновении чрезвычайных ситуаций турагент должен оперативно помогать туристу, давая рекомендации и поддерживая связь с местными властями и посольством. |
| 15 | Роль страхования в реализации туристских заказов | Страховой полис защищает туриста от непредвиденных обстоятельств, таких как травмы, болезни, утрата багажа, отмена или задержка рейса. Наличие страховки позволяет снизить финансовые риски и обеспечить спокойный отдых туристу. Агент должен внимательно ознакомить клиента с условиями страхования и рекомендовать надежную страховую компанию. |

**Примерные вопросы к зачету с оценкой МДК.02.03 Координация качества выполнения турагентских услуг**

***Контролируемые компетенции - ПК 2.2***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** |
| 1 | Роль турагентства в обеспечении качества обслуживания туристов | Турагентство выступает главным координатором взаимоотношений между туристом и поставщиком услуг. Оно ответственно за правильную интерпретацию желаний клиента, подбор оптимального тура, тщательную проработку всех нюансов поездки, гарантию своевременности бронирования и поставки услуг, ведение документооборота, мониторинг и решение возможных проблем в ходе реализации заказа. От профессионализма и внимательности сотрудников турагентства зависит общая удовлетворённость клиента. |
| 2 | Факторы, влияющие на качество реализации заказов туристов | Основными факторами выступают: квалификация персонала турагентства, качество предоставляемых услуг туроператорами и смежниками (авиакомпании, отели, рестораны), надежность и полнота информации, доступной клиенту, технология бронирования и подтверждения услуг, наличие чёткого механизма решения нестандартных ситуаций, быстрота и точность обработки заявок, а также стабильность технической инфраструктуры (сайты, программное обеспечение). |
| 3 | Порядок организации контроля качества услуг турагентства | Контроль качества осуществляется несколькими способами: регулярный мониторинг отзывов клиентов, оценка временных рамок выполнения заказов, оценка правильности и полноты подготовленной документации, контроль корректности счетов-фактур и бухгалтерских документов, проведение регулярных проверок качества обслуживания на объектах (отели, аэропорты), а также постоянный диалог с клиентами и учёт их пожеланий и замечаний. |
| 4 | Принцип превентивности в процессе реализации заказа туриста | Принцип превентивности предполагает опережающую реакцию на возможные проблемы ещё до их возникновения. Примером служат предполетные проверки туриста на предмет наличия необходимых документов, предварительное информирование о климатических условиях и культурных особенностях страны назначения, проведение инструктажа по технике безопасности, мониторинг новостей и обновлений, касающихся безопасности туристов в странах назначения |
| 5 | Информационно-коммуникационные технологии, повышающие качество услуг турагентства | Среди используемых технологий выделяются: автоматизированные системы бронирования и оформления заказов, мобильные приложения для информирования и подключения клиентов, CRM-системы для накопления и анализа данных о клиентах, виртуальные ассистенты и боты для быстрого ответа на вопросы, геолокационные сервисы для ориентации туристов на местности, цифровые платформы для совместной работы сотрудников и координации действий. |
| 6 | Стандартизация услуг турагентства | Стандартизация услуг включает разработку и внедрение внутренних нормативных актов, регламентов и положений, регулирующих основные рабочие процессы. Применяется стандартизация форм документов, шаблоны договоров, регламенты работы с клиентами, должностные инструкции сотрудников. Благодаря этому обеспечивается единообразие и воспроизводимость услуг, что положительно сказывается на общем восприятии качества обслуживания. |
| 7 | Критерии качества услуг турагентства | Критерии качества услуг включают: точность и полноту предоставляемой информации, доступность и дружелюбие сотрудников, профессионализм и компетентность персонала, своевременность обработки заказов, корректность выполнения юридических обязательств, надёжность и устойчивость партнёрских связей, соблюдение этических норм и стандартов обслуживания, минимальные риски возникновения ошибок и разногласий. |
| 8 | Стратегические цели управления качеством услуг турагентства | Стратегические цели включают: повышение удовлетворенности клиентов, укрепление позиций на рынке, рост операционной эффективности, увеличение рыночной доли, улучшение финансовой устойчивости, уменьшение издержек и потерь, диверсификация услуг, адаптацию к меняющимся экономическим и социальным реалиям, устойчивое развитие и внедрение инновационных технологий. |
| 9 | Внешние факторы, влияющие на качество услуг турагентства | Внешние факторы включают: макроэкономическую обстановку, политические события, природные катаклизмы, эпидемиологическую ситуацию, мировые экономические циклы, уровень инфляции, налоговую политику, нормативно-правовую базу, технологические нововведения, развитие информационных технологий, глобализацию экономики, демографическую структуру населения. |
| 10 | Минимизация рисков при реализации туристского заказа | Типичными рисками являются отмена или задержка рейсов, изменение правил въезда в страну, заболевания, травмы или аварии в дороге, ограбления, конфликты с местными властями или организациями. Для минимизации рисков вводят страхование туристов, разрабатывают планы аварийного реагирования, поддерживают актуальную информацию о политической и экономической ситуации в регионе, проводят регулярные тренировки сотрудников по решению чрезвычайных ситуаций. |
| 11 | Законы и нормативные акты, регулирующие процесс реализации услуг турагентства | Деятельность регулируется Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», Гражданским кодексом РФ, Правилами оказания услуг населению, Законом «О защите прав потребителей», Налоговым кодексом РФ, Федеральным законом «О применении контрольно-кассовой техники». Данные нормативные акты устанавливают права и обязанности сторон, регулируют порядок заключения договоров, ответственность и финансовое обеспечение. |
| 12 | Алгоритм обработки и анализа жалоб клиентов при реализации туристского заказа | Алгоритм включает следующие этапы: фиксация жалобы, ее классификация и приоритетность, анализ причин возникновения проблемы, разработка и реализация плана действий по решению, оповещение клиента о принятых мерах, оценка удовлетворенности клиента результатами, профилактика аналогичной ситуации в будущем. Такой подход позволяет быстро и эффективно справляться с жалобами и повышать уровень доверия клиентов. |
| 13 | Роль CRM-систем в повышении качества услуг турагентства | Преимущества включают: повышение эффективности работы сотрудников, улучшение качества обслуживания клиентов, сокращение времени на обработку заказов, повышение точности и своевременности информации, улучшение коммуникации с клиентами, лучшее понимание потребностей клиентов, повышение лояльности клиентов, улучшение аналитических способностей и способности прогнозировать, повышение уровня конкурентоспособности и устойчивости компании. |
| 14 | Барьеры достижения высокого качества туристских услуг | Барьеры включают: недостаточность финансирования, низкую квалификацию сотрудников, устаревшие производственные мощности, несовершенство законодательства, коррупцию и недобросовестную конкуренцию, недостаточную информационную прозрачность, высокие транзакционные издержки, сложности географического характера, недостаточную интеграцию в мировую экономику, недостаточную осведомленность потребителей о своих правах и возможностях |
| 15 | Задачи системы управления качеством турагентских | Задачи включают: планирование качества, контроль качества, анализ качества, улучшение качества, предотвращение возникновения проблем, коррекцию выявленных отклонений, обучение и переподготовку сотрудников, оптимизацию и рационализацию процессов, повышение удовлетворенности клиентов, минимизацию издержек и рисков, сохранение и увеличение конкурентоспособности компании. |

**Критерии и шкалы оценивания промежуточной аттестации**

**Шкала и критерии оценки (зачет с оценкой)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Отлично** | **Хорошо** | **Удовлетворительно** | **Неудовлетворительно** |
| 1. Полно раскрыто содержание вопросов билета. 2. Материал изложен грамотно, в   определенной логической  последовательности, правильно используется терминология.   1. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации. 2. Продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность умений и знаний. 3. Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов. | 1. Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом может иметь следующие недостатки: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа. 2. Опущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора. 3. Допущены ошибка или более двух   недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора. | 1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала. 2. Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов. 3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и знаний. | 1. Содержание материала нераскрыто.   2. Ошибки в определении понятий, не использовалась терминология в ответе. |

**Критерии и шкалы оценивания промежуточной аттестации**

**Шкала и критерии оценки (экзамен)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Отлично** | **Хорошо** | **Удовлетворительно** | **Неудовлетворительно** |
| 1. Полно раскрыто содержание вопросов билета. 2. Материал изложен грамотно, в   определенной логической  последовательности, правильно используется терминология.   1. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации. 2. Продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность умений и знаний. 3. Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов. | 1. Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом может иметь следующие недостатки: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа. 2. Опущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора. 3. Допущены ошибка или более двух   недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора. | 1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала. 2. Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов. 3. При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и знаний. | 1. Содержание материала нераскрыто.   2. Ошибки в определении понятий, не использовалась терминология в ответе. |