

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ А.А.Варвашеня
30.08.2024

ПРОГРАММНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ
к экзамену по учебной дисциплине
«Турагентская и туроператорская деятельность»
для студентов 3 курса дневной формы получения образования,
по направлению специальности
1-89 02 01-02 «Спортивно-туристская деятельность (менеджмент в туризме)»
на 2024/2025 учебный год

1. Понятие и сущность туризма. Цели, функции и задачи туризма.
2. Факторы, влияющие на развитие туризма и конкурентоспособность туристического обслуживания. Туризм в мировой экономике.
3. Классификация туризма. Типы, категории, виды и формы туризма
Инклюзивный туризм («tourism for all», «tourism without barriers», «accessible tourism»): сущность, развитие и требования к организации.
4. Понятийный аппарат туризма: «туризм», «турист», «экскурсант», «туристическое путешествие», «туристический маршрут», «туристическая услуга», «туристические ресурсы».
5. Основные термины, аббревиатуры, используемые в туризме.
6. Виды международных туристических организаций и их характеристика: UNWTO, WTTC, EANAT, МГА и др.
7. Туристическое право на международном, региональном и национальном уровне. Источники и генезис правового регулирования туристической деятельности.
8. Модели государственного регулирования в сфере туризма.
Нормативная правовая база, регулирующая сферу туризма в Республике Беларусь.
9. Экспорт и импорт туристических услуг в Республике Беларусь.
10. Основные понятия и составляющие международного туроперейтинга. Факторы его определяющие. Виды туроперейтинга.
11. Туropератор – как субъект туристического рынка. Классификация туроператоров их задачи и функции.
12. Виды, функции и роль турагентов. Способы мотивации турагентской деятельности. Агентские сети и франчайзинг в туризме.
13. Технологии и модели взаимодействия туроператоров и турагентов. Договорные отношения между рецептивными и инициативными туроператорами.

14. Классификация и общая характеристика средств размещения в туризме.

15. Международные гостиничные цепи и объединения. Таймшер. Франчайзинг.

16. Международные гостиничные классификации и правила. Кодекс отношений между гостиницами и турагентствами.

17. Организация питания в туризме. Классификация точек питания. Формы обслуживания.

18. Международная классификация видов транспорта и их характеристика (воздушный транспорт: крупнейшие международные авиаперевозчики; сухопутный транспорт: автобусный, автомобильный, железнодорожный; водный транспорт). Преимущества и недостатки различных видов транспорта.

19. Туристические перевозки и транспортное обеспечение программных мероприятий.

20. Организация авиационных, автобусных, железнодорожных, круизных путешествий. Аренда автомобиля.

21. Безопасность на транспорте. Правила перевозки детей. Правила перевозки животных. Особенности перевозки багажа.

22.

23. Объекты индустрии развлечений, спорта и аттракций как самостоятельные и обособленные предприятия. Классификация предприятий индустрии развлечений (парк отдыха, казино, зоопарк, дельфинарий, аттракционы, аквапарк, театр, кинотеатр, филармония, концертный зал, выставки и др.).

24. Характеристика инфраструктуры спорта: стадионы, бассейны, фитнес-центры, футбольные манежи, ледовые дворцы, катки, площадки для тенниса и гольфа, спортивные залы, игровые павильоны и др.

25. Инфраструктура и возможности для развития индустрии спорта и развлечений в Республике Беларусь. Календарь праздников и знаменательных событий в Республике Беларусь.

26. Понятие безопасности в туризме. Международный опыт по разработке мер безопасности туризма. Государственный стандарт 28681.3-95 «Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов».

27. Особенности обеспечения личной безопасности туристов при оказании некоторых видов туристических услуг. Психологические аспекты безопасности.

28. Виды страхования в туризме. Страховой/не страховой случай.

29. Сервисная схема страхования в туризме. Страхование иностранных граждан, временно пребывающих на территории Республики Беларусь. Страхование от запрета выезда.

30. Основные правила использования платежных средств для обеспечения финансовой безопасности туриста (VISA, Maestro, MasterCard и др.).

31. Понятие предпринимательской деятельности, ее признаки и формы.

Источники правового регулирования предпринимательской деятельности.

32. Объекты гражданских прав. Субъекты предпринимательской деятельности: физические и юридические лица (комерческие и некоммерческие организации). Виды юридических лиц. Учредительные документы юридического лица.

33. Понятие туристического предприятия, его функции, разновидности и особенности. Определение миссии и цели туристического предприятия. Выбор организационно-правовой формы предприятия.

34. Этапы создания туристического предприятия. Разработка учредительных документов, государственная регистрация и организационное оформление предприятия.

35. Основные отделы и подразделения туристической фирмы, их функции и особенности.

36. Понятие стандартизации и сертификации. Государственные стандарты в области туризма. Обязательная и добровольная сертификация.

37. Порядок проведения сертификации туристических предприятий. Преимущества и недостатки сертификации туристических предприятий.

38. Сущность и значение туристических формальностей. Технология составления и основное содержание документации туристов (путевка, ваучер, страховой полис, памятка).

39. Паспортно-визовые формальности. Законодательная база, регулирующая въезд и выезд граждан Республики Беларусь. Требования к оформлению паспорта гражданина Республики Беларусь.

40. «Визовые», «безвизовые» страны. «Марочно-визовые» страны. Страны Шенгенского соглашения. Общие правила оформления визовых документов.

41. Оформление документов для трансграничного туризма. Взаимодействие турфирм с консульскими службами. Паспортный контроль.

42. Таможенные формальности и валютный контроль. Беспошлинный ввоз товаров. Таможенные декларации. Нарушение таможенных правил и ответственность.

43. Пограничные формальности. Правила прохождения границы. Организация ускоренного прохождения границы. Аэропортовый, дорожный и другие сборы.

44. Страховые формальности. Отношения по защите имущественных интересов физических и юридических лиц при наступлении различного рода неблагоприятных событий (страховых случаев) за счет денежных фондов, формируемых из уплачиваемых страховых взносов.

45. Санитарно-эпидемиологические формальности.

46. Правила провоза домашних животных в страны ЕС. Особенности ввоза и вывоза флоры, экзотических животных и изделий из них в разных странах мира.

47. Вакцинация туристов. Временная изоляция и карантин. Наличие паспорта здоровья туриста. Процедуры, связанные с проверкой

соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, их животными (если таковые имеются), установленных требований вакцинации (прививки).

48. Типовой договор оказания туристических услуг. Общая характеристика договора. Требования к составлению договора. Порядок и условия заключения договора. Рекомендации по оформлению приложения к основному договору.

49. Требования к оформлению программы тура. Анкета-заявка.

50. Выбор поставщиков туристических услуг. Схемы работы туроператора с организациями – поставщиками услуг. Специфика заключения договоров с зарубежными партнерами.

51. Схемы взаимоотношений туроператора с предприятиями гостиничной индустрии. Гарантии и ответственность сторон.

52. Договоры с предприятиями питания. Условия заключения договора. Основной предмет договора.

53. Основные виды договоров с авиакомпаниями. Чартер (аренда) самолета. Порядок и условия заключения договора.

54. Взаимоотношения туроператора с железной дорогой. Особенности договора на аренду в графиковых и специализированных туристических поездах.

55. Договорные отношения с автотранспортными компаниями. Основные требования по перевозке пассажиров автотранспортными компаниями в Республике Беларусь.

56. Схемы работы туроператоров с судовладельцами и круизными.

57. Особенности взаимодействия туроператора с предприятиями сектора развлечений. Виды договоров с экскурсионными предприятиями.

58. Схемы сотрудничества туроператора с предприятиями гостиничной индустрии.

59. Основные этапы формирования тура и их характеристика.

60. Основные элементы, исследуемые на стадии планирования туристического продукта

61. Методы изучения рынков спроса и предложения. Принципы сегментирования туристического рынка.

62. Схемы работы туроператора по организации туров: прямая и опосредованная.

63. Принципы идентификации поставщиков туристических услуг.

64. Договор (контракт) туроператора с поставщиками туруслуг: сущность и неотъемлемые реквизиты.

65. Формирование комплекса основных и дополнительных услуг по туру.

66. Программа обслуживания туристов и подходы к ее составлению. Требования «Закона о туризме» Республики Беларусь, к программе обслуживания.

67. Формы экспериментальной проверки тура.

68. Методы ценообразования в туризме.

69. Ценовые стратегии туроператора.
70. Классификация и состав издержек туроператора. Постоянные и переменные издержки.
71. Понятие рентабельности тура. Расчет нулевой рентабельности тура.
72. Технологическая документация по туру, ее характеристика.
73. Технологическая карта туристического путешествия: характеристика и правила составления.
74. Качество туристических услуг и требования государственных стандартов к качеству туристических услуг. Метод и инструменты анализа.
75. Типологии туристов. Классификация потребителей туристических услуг по целевым группам.
76. Формирование сбытовой стратегии туроператора. Схемы построения агентских сетей туроператора.
77. Средства продвижения туристического продукта.
78. Способы стимулирования агентской деятельности.
79. Способы стимулирования туристов.
80. Реклама как средство продвижения туристических услуг. Цели, функции и отличительные черты рекламы в туризме.
81. Виды и носители рекламы в туризме. Достоинства и недостатки основных средств рекламы.
82. Рекламные компании и их классификация. Этапы планирования рекламной кампании и методы оценки эффективности рекламной кампании туристического предприятия.
83. Мероприятия Public Relation и пропаганда как способы продвижения туристического продукта.
84. Нетрадиционные способы продвижения туристического продукта.
85. Формы и средства продажи туристического продукта туристу.
86. Структура и содержание процесса личной продажи в туризме.
87. Этапы процесса принятия туристом решения о покупке тура.
88. Организация послепродажного обслуживания туристов.

Рассмотрено на заседании кафедры менеджмента туризма и гостеприимства
Протокол № 1 от 30.08.2024 г.