УТВЕРЖДЕНО

протокол заседания кафедры

от 21.09.2023 № 2

**Программные зачетно-экзаменационные требования**

**по учебной дисциплине «Основы природно-ориентированного туроперейтинаг»**

***(экзамен – 2 курс, 4 семестр, ДФПО)***

1. Понятие «туроперейтинг» и его сущность. Виды туроперейтинга.
2. Субъекты туроперейтинга. Основные функции туроперейтинга.
3. Понятие «туроператор». Классификация туроператоров.
4. Характеристика деятельности туроператоров. Примеры ведущих отечественных и зарубежных туроператоров.
5. Основные функции туроператоров. Характеристика комплектующей функции туроператора, ее назначение.
6. Основные функции туроператоров. Характеристика сервисной функции туроператора, ее назначение.
7. Основные функции туроператоров. Характеристика гарантийной функции туроператора, ее назначение.
8. Туристско-рекреационный потенциал регионов национального рынка. Основные подходы к развитию туризма в регионах Республики Беларусь.
9. Задачи государственной политики в сфере туризма. Структура управления туризмом в Республике Беларусь.
10. Закон Республики Беларусь «О туризме» и его особенности.
11. Гражданско-правовая ответственность за нарушение прав потребителей. Особенности нормативно-правового регулирования защиты прав потребителей в сфере туризма.
12. Правовые нормы, регулирующие страхование в сфере туризма.
13. Основные положения Закона Республики Беларусь «О рекламе». Общие требования к рекламе. Недостоверная реклама. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе.
14. Правила пребывания иностранных граждан и лиц без гражданства в Республике Беларусь.
15. Правила транзитного проезда иностранных граждан и лиц без гражданства через территорию Республики Беларусь.
16. Закон Республики Беларусь «О порядке выезда из Республики Беларусь и въезда в Республику Беларусь граждан Республики Беларусь».
17. Понятие безопасности в туризме. Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.
18. Отражение вопросов безопасности в договоре с туристом. Памятка туристу. Ведение журнала инструктажа туристов.
19. Страховой случай. Действия туриста и руководителя тургруппы при наступлении страхового случая.
20. Страхование иностранных граждан, временно пребывающих на территории Республики Беларусь.
21. Взаимоотношения субъектов туристической деятельности со страховыми компаниями.
22. Понятие «услуга», ее потребительские свойства и характеристика.
23. Комплекс туристических услуг как объект планирования в туроперейтинге. Пакет услуг (основной и дополнительный).
24. Понятие «тур» и его составляющие. Виды туров и маршрутов.
25. Сегментирование туристического рынка: выбор целевого рынка, оценка потенциала сегмента рынка, анализ возможностей освоения данного сегмента рынка.
26. Этапы проектирования туров. Технологии разработки и организации туров.
27. Понятие и особенности организации индивидуальных и групповых туров.
28. Отличительные особенности туроперейтинговой программы инициативного туроператора.
29. Отличительные особенности туроперейтинговой программы рецептивного туроператора.
30. Документационное обеспечение процесса проектирования тура. Управление потребительским спросом на каждом этапе тура.
31. Ценообразование в туроперейтинге. Определение цены на комплекс туристических услуг.
32. Факторы, влияющие на цену тура. Рентабельность тура.
33. Себестоимость тура, постоянные и переменные издержки туроператора.
34. Расчет нулевой рентабельности тура.
35. Расчет стоимости автотранспорта и авиатранспорта.
36. Ценовые стратегии туроперейтинга.
37. Основные средства продвижения туров и отдельных туристических услуг, применяемых в туроперейтинге.
38. Ассортимент рекламно-информационной продукции отечественных туроператоров.
39. Стадии жизненного цикла туров.
40. Стратегии продвижения туров туроператоров на международный и национальный рынки.
41. Классификация выставочных мероприятий, проводимых в сфере туризма, их характеристика.
42. Основные правила выставочной и послевыставочной работы туроператора.
43. Подготовка и проведение рекламной кампании для туроператора. Оценка эффективности основных средств продвижения.
44. Этапы, средства и технологии реализации туров и отдельных туристических услуг туроператора потребителям.
45. Формирование сбытовой сети туроператора. Определение внешних и внутренних факторов, влияющих на организацию сбытовой сети.
46. Информационно-рекламная деятельность отечественных туроператоров.
47. Формирование спроса и стимулирование сбыта. Стимулирование сбыта как средство воздействия на потребителей туристических услуг.
48. Цели и направления туристической пропаганды в туроперейтинге.
49. Особенности личной продажи комплекса туристических услуг в туроперейтинге. Характеристика процесса личной продажи.
50. Контроль качества обслуживания. Порядок рассмотрения претензий и жалоб туристов.
51. Типология клиентов. Работа с возможными возражениями клиентов. Осуществление продажи клиенту, послепродажное обслуживание.
52. Контроль качества обслуживания. Порядок рассмотрения претензий и жалоб туристов.

Заведующий кафедрой спортивного

туризма и технологий в

туристической индустрии А.Г.Гататуллин

Старший преподаватель кафедры

спортивного туризма и технологий

в туристической индустрии А.В.Тихомиров