



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
**ИНСТИТУТ ТЕХНОЛОГИЙ (ФИЛИАЛ) ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
В Г. ВОЛГОДОНСКЕ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

(Институт технологий (филиал) ДГТУ в г. Волгодонске)



**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА)**

**для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине**

**«Средства продвижения услуг в туристской деятельности»
для обучающихся по направлению подготовки
43.03.02 Туризм**

**Профиль «Организация и управление туристическим предприятием»
2024 года набора**

Волгодонск
2024

Лист согласования

Оценочные материалы (оценочные средства) по дисциплине

«Средства продвижения услуг в туристской деятельности»

(наименование)

составлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направлению подготовки (специальности)

43.03.02 Туризм

(код направления (специальности), наименование)

Рассмотрены и одобрены на заседании кафедры «Экономика и управление» протокол № 9 от «22» апреля 2024 г.

Разработчики оценочных материалов (оценочных средств)

Доцент кафедры ЭиУ
канд. экон. наук


подпись Е.В. Иванова
«22» 04 2024 г.

И. о. зав. кафедрой ЭиУ

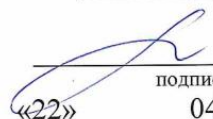

подпись И.С. Емельяненко
«22» 04 2024 г.

Согласовано:

Представитель работодателя
Директор ООО «Саквояж»


подпись М.Н. Новикова
«22» 04 2024 г.

Директор МБУДО «Пилигрим»


подпись В.Б. Платонов
«22» 04 2024 г.

Содержание

1 Паспорт оценочных материалов (оценочных средств)	4
1.1 Перечень компетенций, формируемых дисциплиной (модулем), с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП	4
1.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования	6
1.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, описание шкал оценивания	8
2 Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	9

1 Паспорт оценочных материалов (оценочных средств)

Оценочные материалы (оценочные средства) прилагаются к рабочей программе дисциплины и представляет собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.) и методов их использования, предназначенных для измерения уровня достижения обучающимся установленных результатов обучения.

Оценочные материалы (оценочные средства) используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

1.1 Перечень компетенций, формируемых дисциплиной, с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Перечень компетенций, формируемых в процессе изучения дисциплины:

ПК-3 Вспомогательная деятельность по реализации экскурсионных услуг.

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения (табл. 1).

Таблица 1 Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины

Код компетенции	Проверяемые индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения	Вид учебных занятий, работы, формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Контролируемые разделы	Оценочные материалы (оценочные средства), используемые для оценки уровня сформированности компетенции
ПК-3	ПК-3.1 Знает способы и методы организационного обеспечения вспомогательной деятельности по реализации экскурсионных услуг	Формирует теоретические основы продвижения и реализации туристского продукта;	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа	Все разделы	Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
	ПК-3.2 Умеет организовать вспомогательную деятельность по реализации экскурсионных услуг	Продвигает и осуществляет реализацию туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа	Все разделы	Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
	ПК-3.3 Владеет навыками организационного обеспечения вспомогательной деятельности по реализации экскурсионных услуг	Реализует навыки продвижения и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа	Все разделы	Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

1.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся.

По дисциплине «Средства продвижения услуг в туристской деятельности» предусмотрена промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплины: теоретических основ и практической части – **не предусмотрен на заочной форме обучения.**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Средства продвижения услуг в туристской деятельности» проводится в форме зачета. В табл. 2 приведено весовое распределение баллов и шкала оценивания по видам контрольных мероприятий.

Таблица 2. Весовое распределение баллов и шкала оценивания по видам контрольных мероприятий

Текущий контроль (50 баллов ¹)= не предусмотрен						Промежуточ ная аттестация (50 баллов)	Итоговое количество баллов по результатам текущего контроля и промежуточ ной аттестации
Блок 1			Блок 2				
Лекцион ные занятия (X ₁)	Практи ческие заняти я (Y ₁)	Лаборат орные занятия (Z ₁)	Лекцион ные занятия (X ₂)	Практич еские занятия (Y ₂)	Лаборат орные занятия (Z ₂)	от 0 до 50 баллов	Менее 41 балла – не зачтено; Более 41 балла –
-	-	-	-	-	-		зачтено
Сумма баллов за 1 блок = X ₁ + Y ₁ =20			Сумма баллов за 2 блок = X ₂ + Y ₂ =30				

Для определения фактических оценок каждого показателя выставляются следующие баллы (табл.3):

¹ Вид занятий по дисциплине (лекционные, практические, лабораторные) определяется учебным планом. Количество столбцов таблицы корректируется в зависимости от видов занятий, предусмотренных учебным планом.

Распределение баллов по блокам, по каждому виду занятий в рамках дисциплины определяет преподаватель.

Распределение баллов по дисциплине утверждается протоколом заседания кафедры.

По заочной форме обучения мероприятия текущего контроля не предусмотрены.

Таблица 3– Распределение баллов по дисциплине

Вид учебных работ по дисциплине	Количество баллов	
	1 блок	2 блок
<i>Текущий контроль (50 баллов)</i>		
Выполнение практических работ в виде проведения исследования, оформления отчета	15	25
Защита практических работ в форме собеседования по контрольным вопросам	5	5
<i>Промежуточная аттестация (50 баллов)</i>		
Зачёт по дисциплине «Средства продвижения услуг в туристской деятельности» проводится в виде ответов на вопросы для промежуточной аттестации. Задание для зачета состоит из 3 вопросов. Первый и второй вопрос позволяют проконтролировать знания обучающегося, третий – умения и навыки. Правильные ответы на первый и второй вопросы оцениваются в 15 баллов, третий – в 20 баллов. За неверно выполненное задание – 0 баллов.		
Сумма баллов по дисциплине 100 баллов		

Зачет является формой оценки качества освоения обучающимся образовательной программы по дисциплине. По результатам зачета обучающемуся выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

Оценка «зачтено» выставляется на зачете обучающимся, если:

- обучающийся набрал по текущему контролю необходимые и достаточные баллы для выставления оценки автоматом;
- обучающийся знает и воспроизводит основные положения дисциплины в соответствии с заданием, применяет их для выполнения типового задания в котором очевиден способ решения;
- обучающийся продемонстрировал базовые знания, умения и навыки важнейших разделов программы и содержания лекционного курса;
- у обучающегося не имеется затруднений в использовании научно-понятийного аппарата в терминологии курса, а если затруднения имеются, то они незначительные;
- на дополнительные вопросы преподавателя обучающийся дал правильные или частично правильные ответы;

Компетенция (и) или ее часть (и) сформированы на базовом уровне (уровень 1) (см. табл. 1).

Оценка «не зачтено» ставится на зачете обучающийся, если:

- обучающийся имеет представление о содержании дисциплины, но не знает основные положения (темы, раздела, закона и т.д.), к которому относится задание, не способен выполнить задание с очевидным решением, не владеет навыками выполнения задания практической работы, не ориентируется в практической ситуации;
- имеются существенные пробелы в знании основного материала по программе курса;
- в процессе ответа по теоретическому и практическому материалу, содержащемуся в вопросах зачетного билета, допущены принципиальные ошибки при изложении материала;
- имеются систематические пропуски обучающийся лекционных и лабораторных занятий по неуважительным причинам;
- во время текущего контроля обучающийся набрал недостаточные для допуска к экзамену (зачету) баллы;

- вовремя не подготовил отчет по практическим работам, предусмотренным РПД.
Компетенция(и) или ее часть (и) не сформированы.

1.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине *«Средства продвижения услуг в туристской деятельности»* осуществляется по регламенту текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов. Результаты текущего контроля подводятся по шкале балльно - рейтинговой системы, реализуемой в ДГТУ.

Текущий контроль осуществляется два раза в семестр по календарному графику учебного процесса в рамках проведения контрольных точек.

Формы текущего контроля знаний:

- устный опрос (УО);
- выполнение и защита практических заданий (ПЗ);
- выполнение контрольных заданий (КЗ).

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. Перечень вопросов для устного опроса определен содержанием темы в РПД и методическими рекомендациями по изучению дисциплины.

Защита практических заданий производится студентом в день их выполнения в соответствии с планом-графиком. Преподаватель проверяет правильность выполнения практического задания студентом, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью контрольных вопросов или тестирования.

Оценка компетентности осуществляется следующим образом: в процессе защиты выявляется информационная компетентность в соответствии с практическим заданием, затем преподавателем дается комплексная оценка деятельности студента.

Высокую оценку получают студенты, которые при подготовке материала для самостоятельной работы сумели самостоятельно составить логический план к теме и реализовать его, собрать достаточный фактический материал, показать связь рассматриваемой темы с современными проблемами науки и общества, со специальностью студента и каков авторский вклад в систематизацию, структурирование материала.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателям (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от сложности задания.

Итоговый контроль освоения умения и усвоенных знаний дисциплины *«Средства продвижения услуг в туристской деятельности»* осуществляется в процессе промежуточной аттестации на экзамене. Условием допуска к экзамену является положительная текущая аттестация по всем практическим работам учебной дисциплины, ключевым теоретическим вопросам дисциплины.

2 Контрольные задания (демоверсии) для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

2.1 Вопросы к зачету по дисциплине «Средства продвижения услуг в туристской деятельности»

1. Понятие маркетинга
2. Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций
3. Понятие "4P"
4. Основные и синтетические средства продвижения
5. Реклама как инструмент продвижения
6. Достоинства и недостатки рекламной коммуникации
7. Основные средства рекламы
7. Связи с общественностью (PR) как инструмент продвижения
8. Достоинства и недостатки связей с общественностью (PR)
9. Основные средства PR
10. Стимулирование сбыта как инструмент продвижения
11. Достоинства и недостатки стимулирования сбыта
12. Основные средства стимулирования сбыта
13. Личная продажа как инструмент продвижения
14. Достоинства и недостатки личных продаж
15. Основные средства личных продаж
16. Синтетические средства продвижения
17. Брендинг как инструмент продвижения
18. Участие в выставках и ярмарках, как инструмент продвижения
19. Спонсорство как инструмент продвижения
20. ИМКМП как инструмент продвижения
21. Неформальные вербальные маркетинговые коммуникации (молва, слухи)
22. Основные средства продвижения в туристической деятельности
23. Синтетические средства продвижения в туристической деятельности

2.2 Задания для оценивания результатов в виде владений и умений

Тематика контрольных работ

1. Источники маркетинговой информации в туризме.

2. Процесс потребительского поведения в туризме и маркетинговые методы воздействия на него.
3. Продвижение туристских брендов на национальных и международных туристских рынках.
4. Российские супербренды в области туризме: создание и оценка стоимости.
5. Влияние рынка и государства на ценообразование в области туристских услуг.
6. Средства продвижения туристских услуг на внутренних и международных рынках.
7. Оценка современных средств массовой информации, используемых для рекламы в области туризма.
8. Рекламирование и позиционирование брендов дестинаций.
9. Задачи и тенденции развития в области российского музейного маркетинга.
10. Разработка нового туристского продукта\услуги.

Критерии оценки:

- «5» (отлично): выполнены все задания практической работы, студент четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы.
- «4» (хорошо): выполнены все задания практической работы; студент ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.
- «3» (удовлетворительно): выполнены все задания практической работы с замечаниями; студент ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.
- «2» (не зачтено): студент не выполнил или выполнил неправильно задания практической работы; студент ответил контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

Отчет рассматривается как критерий оценки только при выполнении студентом практической работы. Студент не допускается к защите практической работы без ее выполнения.

Карта тестовых заданий

Компетенция ПК-3 Вспомогательная деятельность по реализации экскурсионных услуг

Индикатор ПК-3.3 Владеет навыками организационного обеспечения вспомогательной деятельности по реализации экскурсионных услуг

Дисциплина Средства продвижения услуг в туристической деятельности

Описание теста:

1. Тест состоит из 70 заданий, которые проверяют уровень освоения компетенций обучающегося. При тестировании каждому обучающемуся предлагается 30 тестовых заданий по 15 открытого и закрытого типов разных уровней сложности.

2. За правильный ответ тестового задания обучающийся получает 1 условный балл, за неправильный ответ – 0 баллов. По окончании тестирования, система автоматически определяет «заработанный итоговый балл» по тесту, согласно критериям оценки

3 Максимальная общая сумма баллов за все правильные ответы составляет – 100 баллов.

4. Тест успешно пройден, если обучающийся правильно ответил на 70% тестовых заданий (61 балл).

5. На прохождение тестирования, включая организационный момент, обучающимся отводится не более 45 минут. На каждое тестовое задание в среднем по 1,5 минуты.

6. Обучающемуся предоставляется одна попытка для прохождения компьютерного тестирования.

Кодификатором теста по дисциплине является раздел рабочей программы «4. Структура и содержание дисциплины (модуля)»

Комплект тестовых заданий

Задания закрытого типа

Задания альтернативного выбора

*Выберите **один** правильный ответ*

Простые (1 уровень)

1. Какой целевой законодательный акт регулирует деятельность туристской индустрии в Российской Федерации на сегодняшний день:

- А) Целевая федеральная «Программа развития туризма в РФ»;
- Б) Указ Президента РФ «О реорганизации и развитии туризма в РФ»;
- В) Туристский Кодекс Российской Федерации;
- Г) Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ»**

2. К какому виду туризма относятся поездки с целью ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями:

- А) к деловому туризму;
- Б) к познавательному туризму;**
- В) к рекреационному туризму;
- Г) к сельскому туризму

3 Какая из нижеперечисленных функций относится к основным обязанностям турагента?

- А) договорная (заключение договоров с поставщиками туристских услуг);
- Б) калькулятивная (расчет стоимости тура);
- В) реализационная (реализация туристского продукта на рынке);**
- Г) маркетинговая

4 Что из нижеперечисленного относится к одной из основных обязанностей туроператора:

- А) информация и консультация клиентов;
- Б) формирование туристского продукта;**
- В) реализация туристского продукта на рынке;
- Г) оформление договорной документации с клиентом

5 Какой статус имеет посетитель, осуществивший, по меньшей мере, одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения вне места постоянного проживания:

- А) аппликант;
- Б) экскурсант;
- В) турист;**
- Г) мигрант

6. Назовите две основные услуги, оказываемые средствами размещения своим клиентам:

- А) развлечение и питание;
- Б) размещение и экскурсионное обслуживание;
- В) размещение и транспортировка;
- Г) размещение и питание**

Средне –сложные (2 уровень)

7. По своему положению турагентства делятся:

- А) на инициативные и рецептивные;
- Б) на внешние и внутренние;
- В) на крупные и мелкие;
- Г) на независимые (самостоятельные) и дочерние**

8. Диверсификация туристского бизнеса представляет собой

- А) выбор сопутствующих туризму видов деятельности
- Б) выбор приоритетных видов туризма**
- В) создание мобильных производств
- Г) определение дислокаций бизнеса
- Д) производство современных маршрутов.

9. По способу передвижения по маршруту транспортные путешествия подразделяются на:

- А) ближние, дальние
- Б) самостоятельные, организованные
- В) грузовые, пассажирские
- Г) авто, авиа, железнодорожные, теплоходные, комбинированные**
- Д) местные, региональные, государственные.

10. Основной критерий «звездной классификации» гостиниц:

- А) режим
- Б) уровень комфорта**

- В) этажность
- Г) тип **конструкции** и материалов
- Д) число спальных мест.

11. На рынке туристских услуг действуют следующие субъекты:

- А) Фирмы – производители продукции; фирмы-поставщики;
- Б) Посреднические фирмы
- В) Торговые и производственные предприятия;
- Г) **Поставщики и производители продукции, торговые и посреднические фирмы, потребители услуг;**
- Д) Туроператоры и турагенты.

12. Всемирный День туризма:

- А) 1 апреля.
- Б) 9 сентября;
- В) третье воскресенье сентября.
- Г) 7 ноября;
- Д) **27 сентября;**

13. Туристский бизнес - это:

- А) Род деятельности туристских администраций.
- Б) **Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостеприимства.**
- В) Вид деятельности туристов.
- Г) Вид деятельности экскурсантов.
- Д) Вид социального туризма.

14. Определение «Туристская деятельность» подразумевает:

- А) Аналитические исследования в туризме.
- Б) Помощь туристам природе.
- В) Самодеятельные путешествия.
- Г) **Туроператорская и турагентская деятельность по организации путешествий.**
- Д) Деятельность туристов и экскурсантов.

15. Продвижение туристского продукта - это:

- А) **Комплекс мер (реклама, участие в выставках, ярмарках и т.д.) направленных на оказание туристских услуг.**
- Б) Продажа туристского продукта.
- В) Замена туристского товара на услугу.
- Г) Путешествие туристов.
- Д) Способ замены услуг в туризме.

16. Туристская путевка - это:

- А) Документ, подтверждающий факт получения туристских услуг.
- Б) **Документ, подтверждающий право на получение комплекса туристских услуг.**
- В) Направление для получения туристских услуг.
- Г) Документ, дающий право для въезда в другое государство.
- Д) Свод правил для туристов.

17. Что означает ВТО в туризме:

- А) Всероссийское туристское объединение.
- Б) Всесоюзное туристское общество.
- В) **Всемирная туристская организация.**
- Г) Восточно-туристское общество.

Д) Всемирная торговая организация.

18. Безопасность в туризме определяется:

А) Чрезвычайными ситуациями.

Б) Минимизацией риска получения туристом травмы.

В) Устранением факторов экономического риска.

Г) Надежностью страховой компании.

Д) **Комплексом мер, обеспечивающих качественное функционирование туризма.**

19. Управление туристским предприятием начинается с:

А) **Определения его места на туристском рынке;**

Б) Моменты регистрации.

В) Утверждения штатного расписания;

Г) Назначения первого руководителя;

Д) С момента получения лицензии.

20. Какой из видов услуг не относится к услугам туристской индустрии:

А) услуги по предоставлению туров

Б) услуги по предоставлению питания

В) информационные и рекламные услуги

Г) транспортные услуги

Д) **охрана природы и окружающей среды**

21. Турагентская деятельность связана, прежде всего, с:

А) комплектацией услуг

Б) комплектацией туров

В) **реализацией туров**

Г) маркетинговыми исследованиями

Д) организацией путешествий

22. Туристский путеводитель представляет собой:

А) рекламный буклет

Б) **справочное издание, содержащее сведения о туристском маршруте**

В) перечень достопримечательностей

Г) схема маршрута

Д) карта туристского маршрута

Сложные (3 уровень)

23. Что такое "Шератон", "Холидей Инн", "Марриот"?

А) Праздники

Б) Рестораны быстрого питания

В) Футбольные команды

Г) **Международные гостиничные сети**

Д) Круизные суда

24. Первым автором дефиниции (определения) термина "туризм" считается:

А) **В. Унцикер**

Б) С. Лешицкий

В) К. Вебер

Г) Е. Швейцер

Д) К. Крапф

25.Европейская страна – самый крупный «донор» туристов:

- А) Англия;
- Б) Франция;
- В) Испания;
- Г) Германия;**
- Д) Италия.

Задания на установление соответствия

Установите соответствие между левым и правым столбцами.

Простые (1 уровень)

26 Установите соответствие:

(1А,

2Б)

- | | |
|--|---|
| 1 Основной документ, определяющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой, возможность предъявления претензий к ней и удовлетворения их в судебном порядке, — это | А) Договор
Б) Извещение
В) Приказ
Г) Уведомление |
| 2 Документ, подтверждающий прибытие группы, в котором указываются данные прибытия, особенности питания, фамилия турлидера (руководителя группы), дополнительные виды обслуживания, называется: | |

27 Установите соответствие:

(1В, 2А)

- | | |
|--|---|
| 1 Крупные предприятия, которые путем участия объединяют широкий круг фирм, предоставляющих различные виды туристских услуг, — | А) Туристические комплексы
Б) Туристические агентства
В) Туристические корпорации |
| 2 Крупные многоотраслевые концерны, занимающие господствующее положение в туристском бизнесе своей страны и обслуживающие международный туристский рынок, — это: | |

Средне-сложные

(2

уровень)

28 Установите соответствие:

(1В, 2А)

- 1 Физическое лицо, посещающее страну с временными целями.

А) Туроператор

2 Юрическое лицо – производитель туристского продукта.

- Б) Турагент
- В) Турист

29 Установите соответствие:
(1А, 2Б)

1 Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостеприимства.

- А) Туристский бизнес
- Б) Туристская фирма:
- В) Туристская администрация.

2 Коммерческое предприятие сферы туризма.

30 Установите соответствие:
(1Б,

2В)

1 Турпредприятие, оказывающее различные услуги туристам, включая турмаршруты

- А) Туристская организация
- Б) Туристская база
- В) Индустрия туризма

2 Взаимоувязанная система предприятий и предпринимателей, обслуживающая туристов

31 Установите соответствие:
(1В, 2Б)

1 Путь следования туристской группы или индивидуальных туристов

- А) Схема путешествия
- Б) Круиз
- В) Туристский маршрут

2 Морское путешествие по замкнутому кругу

32. Установите соответствие:
(1В, 2А)

1 Понятие «туризм» подразумевает:

- А) Место пребывания туристов.
- Б) Системы хозяйства региона для туризма.
- В) Временное перемещение людей

2 Что означает «центр туризма»

33 Установите соответствие:
(1Б,

2А)

1 Организатор досуга.

- А) Турист

2 Физическое лицо, посещающее страну с временными целями.

- Б) Аниматор
- В) Реализатор туров.

34 Установите соответствие:

(1В,

2А,

3Г,

4Б)

- 1. Юридическое лицо – производитель туристского продукта.
- 2. Форма предпринимательства.
- 3. Специалист, профессионально занимающийся управленческой деятельностью в конкретной области
- 4. Физическое лицо, посещающее страну с временными целями

- А) Франчайзинг
- Б) Турист
- В) Туроператор
- Г) Менеджер

Сложные (3 уровень)

35 Установите соответствие:

(1Б,

2В)

- 1 Спланированное по времени пребывание туристов вне места проживания.
- 2 Перечень предлагаемых туров с указанием их стоимости.

- А) Договор
- Б) Программа тура
- В) Прайс-лист

Задания открытого типа

Задания на дополнение

Напишите пропущенное слово.

Простые (1 уровень)

36 Формирование маршрутов, туров, экскурсионных программ, предоставление основных, дополнительных и сопутствующих услуг составляют: _____ (**технологии туристского обслуживания**)

37 Центр туризма превращается в полностью загруженную часть индустрии туризма с отелями крупных транснациональных гостиничных цепей и франчайзинговыми предприятиями на стадии жизненного цикла продукта, называемой _____ (**зрелостью**)

38 Субъекты экономических отношений, участвующие в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ., называются _____ (**экономические агенты, экономическими агентами**)

39 Туристские предприятия, получившие государственную лицензию на международную туристскую деятельность, заносятся в: _____ (**Государственный реестр**)

40. Договорами между туроператорами и турагентами как оптовыми покупателями пакетов туристских услуг являются: _____ (**агентскими соглашениями**)

41. Система управления и организации деятельности туристских компаний по разработке новых, более эффективных видов туристско-экскурсионных услуг, их производству и сбыту с целью получения прибыли на основе повышения качества туристского продукта и учета процессов, которые протекают на мировом туристском рынке, - это: _____ (**маркетинг в туризме**)

42. План мероприятий с указанием дат и времени пребывания в пунктах остановки на маршруте, в гостинице, посещения мест туристского интереса с целью их осмотра (экскурсии), питания, а также перемещения на маршруте - это: _____ (**программа путешествия**)

Средне-сложные (2 уровень)

43. Численность и возрастная структура населения, размер и состав семьи, урбанизация, культурный уровень покупателя - относятся к факторам, влияющим на уровень потребительского (туристского) спроса, являющимся _____ (**демографическими**)

44. Туризм не оказывает влияния на местность, а местное население активно контактирует с путешественниками на стадии жизненного цикла продукта, называемой _____ (**внедрением**)

45. Подтверждение по инициативе изготовителя, исполнителя или продавца органом по сертификации уровня качества предоставляемых услуг требованиям стандартов (нормативных документов) обслуживания - это: _____ (**добровольная сертификация**)

46. Туристская услуга, обеспечивающая удовлетворение оздоровительных и познавательных потребностей туристов при активных способах передвижения по маршруту, - это: _____ (**поход**)

47. Образ фирмы, создаваемый с помощью рекламы престижа, товарного знака, постоянной заботы о качестве услуг, внимания к клиенту, - это _____ (**имидж фирмы**)

48. Перечень услуг, достопримечательностей и досуговых мероприятий, предоставляемых туристам в определенной временной последовательности, с указанием места и условий обслуживания, представляет собой _____ (**программу обслуживания туристов**)

49. Заявкой турагентства на предоставление туроператором туристских услуг фактически является: _____ (**лист бронирования**)

50. Деятельность туристской фирмы, направленная на создание привлекательного и конкурентоспособного туристского продукта для массовой или индивидуальной реализации на рынке туристских услуг, называется: _____ (**планированием туров**)

51. Документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе туристской, и доступный широкому кругу потребителей, называется: _____ (**стандартом**)

52. Совокупность производственных, транспортных и торговых предприятий, производящих и реализующих туристские услуги и товары туристического спроса, - это: _____ (**туристская индустрия**)

53. Комплексная туристская услуга, включающая в себя: размещение, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивно-оздоровительные, физкультурные, медицинские и прочие услуги, - называется: _____ (**пэкидж-тур**)

54. Доставка туристов к основному перевозчику в месте отправления, доставка туристов в отель от терминала аэропорта, вокзала, и аналогичные операции на пути возвращения туристов на родину называется _____ (**трансфер**)

55. Основной документ, определяющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой, возможность предъявления претензий к ней и удовлетворения их в судебном порядке, - называют _____ (**договор на туристское обслуживание**)

56. Документ, подтверждающий прибытие группы, в котором указываются данные прибытия, особенности питания, фамилия турлидера (руководителя группы), дополнительные виды обслуживания, называется: _____ (**извещением**)

57. Поездки иностранных бизнесменов и специалистов для встреч и переговоров с отечественными коммерческими организациями относятся к: _____ (**деловому туризму**)

58. Договор, по которому одна сторона обязуется по поручению другой стороны за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет последнего, называется _____ (**договором комиссии**)

59. Крупные предприятия, которые путем участия объединяют широкий круг фирм, предоставляющих различные виды туристских услуг, _____ (**туристические корпорации**)

60. Крупные многоотраслевые концерны, занимающие господствующее положение в туристском бизнесе своей страны и обслуживающие международный туристский рынок, - это: _____ (**туристические комплексы**)

61. Деятельность, направленная на предоставление различного рода туристских услуг и товаров туристского спроса для удовлетворения культурных и духовных потребностей иностранных туристов, - это: _____ (**международный туризм**)

62. На туристском рынке направления путешествий (регионы пребывания) и объем туров (услуг), предназначенных на продажу и предлагаемых покупателям в течение какого-либо периода по определенной цене, называется: _____ (**предложением**)

63. Любые виды туризма на организованной основе, разрабатываемые и осуществляемые организаторами туризма, т.е. предприятиями сферы туризма, - это туризм _____ (**плановый**)

64. Документ, подтверждающий оплату предусмотренных программой услуг, являющийся формой строгой отчетности, — это: _____ (**туристская путевка**)

65 Определенный потенциальный потребитель или группа потребителей, которые могут быть заинтересованы предметом рекламы. называется_____ (**Объектом рекламы**)

66 Субъект рынка рекламы, который создает предложение на рекламные услуги и оказывает их по заказу рекламодателей называют _____ (**Рекламопроизводитель**)

Сложные (3 уровень)

67 Вид рекламы, который показывает преимущество определенной марки, сравнивая ее с несколькими похожими рамками называется_____ (**Сравнительная реклама**)

68 Реклама которая помогает при создании имиджа или служит напоминанием для потребителей называется_____ (**наружная**)

69 Совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста или экскурсанта, отвечающие целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского продукта, не противоречащие общечеловеческим принципам морали и доброго порядка называется_____ (**Туристская услуга**)

70 Многофункциональная деятельность и бывает разных видов называется_____ (**реклама**)

Карта учета тестовых заданий (вариант 1)

Компетенция	ПК-3 Вспомогательная деятельность по реализации экскурсионных услуг			
Индикатор	ПК-3.3 Владеет навыками организационного обеспечения вспомогательной деятельности по реализации экскурсионных услуг			
Дисциплина	Средства продвижения услуг в туристической деятельности			
Уровень освоения	Тестовые задания			Итого
	Закрытого типа		Открытого типа	
	Альтернативный выбор	Установление соответствия/последовательности	На дополнение	
1.1.1 (20%)	5	2	7	14
1.1.2 (70%)	17	7	24	48
1.1.3 (10%)	3	1	4	8
Итого:	25 шт.	10 шт.	35 шт.	70 шт.

Карта учета тестовых заданий (вариант 2)

Компетенция	ПК-3 Вспомогательная деятельность по реализации экскурсионных услуг		
Индикатор	ПК-3.3 Владеет навыками организационного обеспечения вспомогательной деятельности по реализации экскурсионных услуг		
Дисциплина	Средства продвижения услуг в туристической деятельности		
Уровень освоения	Тестовые задания		
	Закрытого типа		Открытого типа
	Альтернативного выбора	Установление соответствия/Установление последовательности	На дополнение
1.1.1	1. Какой целевой законодательный акт регулирует деятельность туристской индустрии в Российской Федерации на сегодняшний день: А) Целевая федеральная «Программа развития туризма в РФ»; Б) Указ Президента РФ «О реорганизации и развитии туризма в РФ»; В) Туристский Кодекс Российской Федерации; Г) Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ» 2. К какому виду туризма относятся поездки с целью	1 Основной документ, определяющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой, возможность предъявления претензий к ней и удовлетворения их в судебном порядке, — это 2 Документ, подтверждающий прибытие группы, в котором указываются данные прибытия, особенности питания, фамилия турлидера (руководителя группы), дополнительные виды обслуживания, называется: А) Договор Б) Извещение В) Приказ Г) Уведомление 27 Установите соответствие: 1 Крупные предприятия, которые путем участия объединяют широкий круг фирм, предоставляющих различные виды туристских услуг, — 2 Крупные многоотраслевые концерны, занимающие господствующее положение в туристском бизнесе своей страны и обслуживающие международный туристский рынок, — это: А) Туристические комплексы Б) Туристические агентства В) Туристические корпорации	36 Формирование маршрутов, туров, экскурсионных программ, предоставление основных, дополнительных и сопутствующих услуг составляют: _____ 37 Центр туризма превращается в полностью загруженную часть индустрии туризма с отелями крупных транснациональных гостиничных цепей и франчайзинговыми предприятиями на стадии жизненного цикла продукта, называемой _____ 38 Субъекты экономических отношений, участвующие в

	ознакомления с природными, историко-культурными достопримечательностями: А) к деловому туризму; Б) к познавательному туризму; В) к рекреационному туризму; Г) к сельскому туризму 3 Какая из нижеперечисленных функций относится к основным обязанностям турагента? А) договорная (заключение договоров с поставщиками туристских услуг); Б) калькулятивная (расчет стоимости тура); В) реализационная (реализация туристского продукта на рынке); Г) маркетинговая 4 Что из нижеперечисленного относится к одной из основных обязанностей туроператора: А) информация и консультация клиентов; Б) формирование туристского продукта; В) реализация туристского продукта на рынке; Г) оформление договорной документации с клиентом 5 Какой статус имеет посетитель, осуществивший, по меньшей мере, одну ночевку в коллективном или индивидуальном средстве размещения вне места постоянного		производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ. называются _____ 39 Любой товар или услуга, используемые для производства товара, называется _____ 40.Договорами между туроператорами и турагентами как оптовыми покупателями пакетов туристских услуг являются: _____ 41.Система управления и организации деятельности туристских компаний по разработке новых, более эффективных видов туристско-экскурсионных услуг, их производству и сбыту с целью получения прибыли на основе повышения качества туристского продукта и учета процессов, которые протекают на мировом туристском рынке, - это: _____ 42 План мероприятий с указанием дат и времени пребывания в пунктах остановки на маршруте, в гостинице, посещениях мест туристского интереса с целью их осмотра (экскурсии), питания, а также перемещения на маршруте - это: _____
--	---	--	--

	проживания: А) аппликant; Б) экскурсант; В) турист; Г) мигрант 6. Назовите две основные услуги, оказываемые средствами размещения своим клиентам: А) развлечение и питание; Б) размещение и экскурсионное обслуживание; В) размещение и транспортировка; Г) размещение и питание		
1.1.2	7. По своему положению турагентства делятся: А) на инициативные и рецептивные; Б) на внешние и внутренние; В) на крупные и мелкие; Г) на независимые (самостоятельные) и дочерние 8. Диверсификация туристского бизнеса представляет собой А) выбор сопутствующих туризму видов деятельности Б) выбор приоритетных видов туризма В) создание мобильных производств Г) определение дислокаций бизнеса Д) производство современных маршрутов. 9. По способу передвижения по маршруту транспортные путешествия подразделяются на: А) ближние, дальние Б) самостоятельные, организованные В) грузовые, пассажирские	28. Установите соответствие 1. Физическое лицо, посещающее страну с временными целями. 2 Юрическое лицо – производитель туристского продукта. А) Туроператор Б) Турагент В) Турист 29. Установите соответствие 1 Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостеприимства. 2 Коммерческое предприятие сферы туризма. А) Туристский бизнес Б) Туристская фирма: В) Туристская администрация. 30. Установите соответствие 1 Турпредприятие, оказывающее различные услуги туристам, включая турмаршруты 2 Взаимоувязанная система предприятий и предпринимателей, обслуживающая туристов А) Туристская организация Б) Туристская база В) Индустрия туризма 31. Установите соответствие 1 Путь следования туристской группы или индивидуальных туристов 2 Морское путешествие по замкнутому кругу А) Схема путешествия Б) Круиз В) Туристский маршрут 32. Установите соответствие: 1 Понятие «туризм» подразумевает: 2 Что означает «центр туризма» А) Место пребывания туристов. Б) Системы хозяйства региона для туризма. В) Временное перемещение людей 33 Установите соответствие: 1 Организатор досуга. 2 Физическое лицо, посещающее страну с временными целями. А) Турист Б) Аниматор В) Реализатор туров.	43 Численность и возрастная структура населения, размер и состав семьи, урбанизация, культурный уровень покупателя - относятся к факторам, влияющим на уровень потребительского (туристского) спроса, являющимся _____ 44 Туризм не оказывает влияния на местность, а местное население активно контактирует с путешественниками на стадии жизненного цикла продукта, называемой _____ 45. Подтверждение по инициативе изготовителя, исполнителя или продавца органом по сертификации уровня качества предоставляемых услуг требованиям стандартов (нормативных документов) обслуживания - это: _____ 46 Туристская услуга, обеспечивающая удовлетворение оздоровительных и познавательных потребностей туристов при активных способах

	Г) авто, авиа, железнодорожные, теплоходные, комбинированные Д) местные, региональные, государственные. 10. Основной критерий «звездной классификации» гостиниц: А) режим Б) уровень комфорта В) этажность Г) тип конструкции и материалов Д) число спальных мест. 11. На рынке туристских услуг действуют следующие субъекты: А) Фирмы – производители продукции; фирмы-поставщики; Б) Посреднические фирмы В) Торговые и производственные предприятия; Г) Поставщики и производители продукции, торговые и посреднические фирмы, потребители услуг; Д) Туроператоры и турагенты. 12. Всемирный День туризма: А) 1 апреля. Б) 9 сентября; В) третье воскресенье сентября. Г) 7 ноября; Д) 27 сентября; 13. Туристский бизнес - это: А) Род деятельности туристских администраций. Б) Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостеприимства. В) Вид деятельности туристов.	34 Установите соответствие: 1.Юридическое лицо – производитель туристского продукта. 2.Форма предпринимательства. 3.Специалист, профессионально занимающийся управленческой деятельностью в конкретной области 4.Физическое лицо, посещающее страну с временными целями А) Франчайзинг Б) Турист В)Туроператор Г) Менеджер	передвижения по маршруту, - это: 47.Образ фирмы, создаваемый с помощью рекламы престижа, товарного знака, постоянной заботы о качестве услуг, внимания к клиенту, - это _____ 48.Перечень услуг, достопримечательностей и досуговых мероприятий, предоставляемых туристам в определенной временной последовательности, с указанием места и условий обслуживания, представляет собой _____ 49 _____ Заявкой турагентства на предоставление туроператором туристских услуг фактически является: _____ 50Деятельность туристской фирмы, направленная на создание привлекательного и конкурентоспособного туристского продукта для массовой или индивидуальной реализации на рынке туристских услуг, называется: _____ 51Документ, содержащий правила, общие принципы, характеристики, касающиеся определенных видов деятельности, в том числе туристской, и доступный широкому кругу потребителей, называется: _____ 52.Совокупность производственных, транспортных и торговых предприятий,
--	--	---	---

	Г) Вид деятельности экскурсантов. Д) Вид социального туризма. 14. Определение «Туристская деятельность» подразумевает: А) Аналитические исследования в туризме. Б) Помощь туристов природе. В) Самостоятельные путешествия. Г) Туроператорская и турагентская деятельность по организации путешествий. Д) Деятельность туристов и экскурсантов. 15. Продвижение туристского продукта - это: А) Комплекс мер (реклама, участие в выставках, ярмарках и т.д.) направленных на оказание туристских услуг. Б) Продажа туристского продукта. В) Замена туристского товара на услугу. Г) Путешествие туристов. Д) Способ замены услуг в туризме. 16. Туристская путевка - это: А) Документ, подтверждающий факт получения туристских услуг. Б) Документ, подтверждающий право на получение комплекса туристских услуг. В) Направление для получения туристских услуг. Г) Документ, дающий право для въезда в другое государство. Д) Свод правил для		производящих и реализующих туристские услуги и товары туристического спроса, - это: _____ 53. Комплексная туристская услуга, включающая в себя: размещение, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивно-оздоровительные, физкультурные, медицинские и прочие услуги, называется: _____ 54. Доставка туристов к основному перевозчику в месте отправления, доставка туристов в отель от терминала аэропорта, вокзала, и аналогичные операции на пути возвращения туристов на родину называется _____ 55. Основной документ, определяющий взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой, возможность предъявления претензий к ней и удовлетворения их в судебном порядке, - называют _____ 56. Документ, подтверждающий прибытие группы, в котором указываются данные прибытия, особенности питания, фамилия турлидера (руководителя группы), дополнительные виды обслуживания, называется: _____ 57. Поездки иностранных бизнесменов и специалистов для встреч и переговоров с отечественными коммерческими организациями относятся
--	---	--	---

	туристов. 17.Что означает ВТО в туризме: А) Всероссийское туристское объединение. Б) Всесоюзное туристское общество. В) Всемирная туристская организация. Г) Восточно-туристское общество. Д) Всемирная торговая организация. 18.Безопасность в туризме определяется: А) Чрезвычайными ситуациями. Б) Минимизацией риска получения туристом травмы. В) Устранением факторов экономического риска. Г) Надежностью страховой компании. Д) Комплексом мер, обеспечивающих качественное функционирование туризма. 19. Управление туристским предприятием начинается с: А) Определения его места на туристском рынке; Б) Моментa регистрации. В) Утверждения штатного расписания; Г) Назначения первого руководителя; Д) С момента получения лицензии. 20.Какой из видов услуг не относится к услугам туристской индустрии: А) услуги по предоставлению туров Б) услуги по предоставлению		к:_____ 58Договор, по которому одна сторона обязуется по поручению другой стороны за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет последнего, называется _____ 59Крупные предприятия, которые путем участия объединяют широкий круг фирм, предоставляющих различные виды туристских услуг, _____ 60Крупные многоотраслевые концерны, занимающие господствующее положение в туристском бизнесе своей страны и обслуживающие международный туристский рынок, - это: _____ 61 Деятельность, направленная на предоставление различного рода туристских услуг и товаров туристского спроса для удовлетворения культурных и духовных потребностей иностранных туристов,- это: _____ 62На туристском рынке направления путешествий (регионы пребывания) и объем туров (услуг), предназначенных на продажу и предлагаемых покупателям в течение какого-либо периода по определенной цене, называется: _____ 63 Любые виды туризма на организованной основе,
--	--	--	--

	питания В) информационные и рекламные услуги Г) транспортные услуги Д) охрана природы и окружающей среды 21 Турагентская деятельность связана, прежде всего, с: А) комплектацией услуг Б) комплектацией туров В) реализацией туров Г) маркетинговыми исследованиями Д) организацией путешествий 22. Туристский путеводитель представляет собой: А) рекламный буклет Б) справочное издание, содержащее сведения о туристском маршруте В) перечень достопримечательностей Г) схема маршрута Д) карта туристского маршрута		разрабатываемые и осуществляемые организаторами туризма, т.е. предприятиями сферы туризма, - это туризм 64 Документ, подтверждающий оплату предусмотренных программой услуг, являющийся формой строгой отчетности, - это: _____ 65 Определенный потенциальный потребитель или группа потребителей, которые могут быть заинтересованы предметом рекламы. называется _____ 66 Субъект рынка рекламы, который создает предложение на рекламные услуги и оказывает их по заказу рекламодателей называют _____
1.1.3	23. Что такое "Шератон", "Холидей Инн", "Марриот"? А) Праздники Б) Рестораны быстрого питания В) Футбольные команды Г) Международные гостиничные сети Д) Круизные суда 24. Первым автором дефиниции (определения) термина "туризм" считается: А) В. Унцикер Б) С. Лещицкий В) К. Вебер Г) Е. Швейцер Д) К. Крапф 25. Европейская страна – самый крупный «донор» туристов: А) Англия; Б) Франция;	35 Установите соответствие: 1 Спланированное по времени пребывание туристов вне места проживания. 2 Перечень предлагаемых туров с указанием их стоимости. А) Договор Б) Программа тура В) Прайс-лист	67 Вид рекламы, который показывает преимущество определенной марки, сравнивая ее с несколькими рамками называется _____ 68 Реклама которая помогает при создании имиджа или служит напоминанием для потребителей называется _____ 69. Совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста или экскурсанта, отвечающие целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского

	В) Испания; Г) Германия; Д) Италия.		продукта, не противоречащие общечеловеческим принципам морали и доброго порядка называется _____ 70 Многофункциональ ная деятельность и бывает разных видов называется _____
Итого:	25 шт.	10 шт.	35 шт.

Критерии оценивания

Критерии оценивания тестовых заданий

Критерии оценивания: правильное выполнение одного тестового задания оценивается 1 баллом, неправильное – 0 баллов.

Максимальная общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл – 100 баллов.

Шкала оценивания результатов компьютерного тестирования обучающихся (рекомендуемая)

Оценка	Процент верных ответов	Баллы
«удовлетворительно»	70-79%	61-75 баллов
«хорошо»	80-90%	76-90 баллов
«отлично»	91-100%	91-100 баллов

Ключи ответов

№ тестовых заданий	Номер и вариант правильного ответа		
1	Г) Федеральный Закон «О туризме и туристской индустрии в РФ»	36	технологии туристского обслуживания
2	Б) к познавательному туризму;	37	зрелость
3	В) реализационная (реализация туристского продукта на рынке)	38	экономические агенты, экономическими агентами
4	Б) формирование туристского продукта;	39	Государственный реестр
5	В) турист;	40	агентскими соглашениями
6	Г) размещение и питание	41	маркетинг в туризме
7	Г) на независимые (самостоятельные) и	42	программа путешествия
		43	демографическими

	дочерние
8	Б) выбор приоритетных видов туризма
9	Г) авто, авиа, железнодорожные, теплоходные, комбинированные
10	Б) уровень комфорта
11	Г) Поставщики и производители продукции, торговые и посреднические фирмы, потребители услуг;
12	Д) 27 сентября;
13	Б) Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостеприимства
14	Г) Туроператорская и турагентская деятельность по организации путешествий.
15	А) Комплекс мер (реклама, участие в выставках, ярмарках и т.д.) направленных на оказание туристских услуг
16	Б) Документ, подтверждающий право на получение комплекса туристских услуг
17	В) Всемирная туристская организация
18	Д) Комплексом мер, обеспечивающих качественное функционирование туризма.
19	А) Определения его места на туристском рынке;
20	Д) охрана природы и окружающей среды
21	В) реализацией туров

44	внедрением
45	добровольная сертификация
46	поход
47	имидж фирмы
48	программу обслуживания туристов
49	лист бронирования
50	планированием туров
51	стандартом
52	туристская индустрия
53	пэкидж-тур
54	трансфер
55	договор на туристское обслуживание
56	извещением
57	деловому туризму

22	Б) справочное издание, содержащее сведения о туристском маршруте
23	Г) Международные гостиничные сети
24	А) В.Унцикер
25	Г) Германия;
26	(1А, 2Б)
27	1В, 2А
28	1В,2А
29	1А, 2Б
30	1Б, 2В
31	1В, 2Б
32	1В, 2А
33	1Б, 2А
34	1В, 2Д, 3Г, 4Б
35	1Б, 2В

58	договором комиссии
59	туристические корпорации
60	туристические комплексы
61	международный туризм
62	предложением
63	плановый
64	туристская путевка
65	Объектом рекламы
66	Рекламопроизводитель
67	сравнительная реклама
68	наружная
69	Туристская услуга
70	Реклама