



ЧТЕНИЕ

Время выполнения теста – 60 минут.

Инструкция

Тест состоит из 2 частей и 70 тестовых заданий.

В первой части (Задания 1-20) Вам предлагается прочитать тексты и выполнить задания к ним.

Во второй части (Задания 21-70) – выполнить задания по лексике.

Сначала ознакомьтесь инструкцией к заданиям и описанием ситуации. Потом прочитайте текстовые материалы и варианты ответов. Выберите **один** правильный вариант ответа и отметьте его в контрольном листе.

Внимание! При выполнении теста *пользоваться словарём нельзя!*

Часть I.

Задания 1-20.

Инструкция

В этой части Вам предлагается прочитать **три текста** и выполнить задания к ним (Задания 1-20).

В Заданиях 1-7 выберите один правильный вариант ответа (А, Б. или В).

В Заданиях 8-15 определите, какие фразы соответствуют содержанию текста (выберите вариант А), а какие нет (выберите вариант Б).

В Заданиях 16-20 выберите один правильный вариант ответа (А, Б, В, Г, Д или Е).

Отметьте выбранные варианты ответов в контрольном листе.

Задания 1-7.

Ситуация. Вы работаете в туристической компании и читаете статью о программе лояльности в турбизнесе. *Что Вы узнали?*

Программа лояльности в туристическом бизнесе

Программа лояльности в сфере туризма — это маркетинговый инструмент, помогающий оптимизировать взаимоотношения турфирмы с клиентами (потенциальными туристами). По программе лояльности клиент получает право на постоянные привилегии и дополнительные возможности в виде различных баллов и скидок.

Лояльность в индустрии туризма достигается при выполнении ряда условий, когда клиент должен всегда предпочитать данный туристский бренд всем остальным, иметь желание совершить повторное обращение в эту турфирму и в дальнейшем продолжать пользоваться её услугами. Он также должен рекомендовать эту турфирму и её турпродукты другим туристам.

Программы лояльности в туристическом бизнесе создаются с целью:

- удержать существующих клиентов;
- привлечь новых туристов за счет рекомендаций лояльных клиентов;
- накопить информацию о клиентах турфирмы, которая позволяет учитывать их потребительские привычки;
- оптимизировать расходы на маркетинг.

В настоящее время программы лояльности в турбизнесе становятся все разнообразнее, в них используются различные технологии идентификации и учёта клиентских услуг и типы поощрения. Исследование, проведённое журналом *Frequent Business Traveler*, показало, что программы лояльности очень привлекательны для бизнес-туристов. Так, например, 75% опрошенных бизнес-туристов ответили, что они выберут даже неудобный авиарейс, если получат за это хорошее вознаграждение, а 45% опрошенных сказали, что готовы заселиться в отдалённый отель, лишь бы получить хорошее поощрение за это.

Все программы лояльности в современном туристическом бизнесе можно разделить на три вида:



1. **Дисконтная программа** (скидочная) — клиент получает фиксированные скидки в момент приобретения турпродукта. Это долгосрочная дисконтная программа. Данная программа основана на скидочных картах, срок действия которых составляет в среднем от одного календарного года до нескольких лет. Для получения скидки по карте обычно необходимо указать ее номер при бронировании турпродукта.

2. **Собственная бонусная программа** (накопительная) — клиент получает бонусные баллы за приобретение турпродукта и прочих дополнительных туристических услуг турфирмы, а в дальнейшем обменивает накопленные баллы на вознаграждение. Участником программ является, как правило, клиент турфирмы или лицо, которому участником программы были подарены (переданы) баллы и которое заполнило соответствующую анкету и получило виртуальную бонусную карту.

3. **Партнёрская программа лояльности** (коалиционная) — клиент является держателем скидочной карты турфирмы и может получать вознаграждение от нескольких компаний-партнёров из иных сфер деятельности. И, наоборот, владельцы бонусных карт других компаний могут получать скидку при оплате турпродукта в турфирме, даже не будучи её постоянным клиентом. Например, держатели карты сети парфюмерных магазинов «РИВ ГОШ» в г. Екатеринбурге имеют возможность получать по карте не только скидки в магазинах сети, но и скидку 7% в агентстве путешествий «Туризм.ру».

Разработка программ лояльности в турфирме может охватывать период от нескольких месяцев до года в зависимости от ее масштабности и сложности. Важно также отметить, что турфирма оставляет за собой право вносить изменения в правила участия в этой программе.

1. Программа лояльности даёт клиенту турфирмы право _____.

- А. обратиться в фирму ещё раз
- Б. получать выгодные скидки или бонусы
- В. рекомендовать турпродукты другим туристам

2. Одной из целей программы лояльности является _____.

- А. сбор информации о турфирмах
- Б. уменьшение расходов на маркетинг
- В. расширение клиентской базы

3. По мнению экспертов, в настоящее время программы лояльности очень привлекательны в сфере _____.

- А. делового туризма
- Б. любых бизнес-услуг
- В. гостиничного бизнеса

4. По дисконтной программе лояльности клиент может получать _____.

- А. разовые скидки
- Б. скидки только в течение года
- В. скидки в течение нескольких лет

5. Участником бонусной (накопительной) программы может быть _____.

- А. только клиент турфирмы
- Б. любое лицо, имеющее бонусную карту
- В. лицо, не имеющее бонусной карты



6. Владельцы карт партнёрской программы лояльности могут получать скидки при оплате продуктов и услуг _____.

А. как в турфирмах, так и в компаниях-партнёрах

Б. исключительно в турфирмах

В. в любых компаниях, кроме турфирм

7. Турфирмы имеют право _____.

А. не только разрабатывать программу лояльности, но и изменять её условия

Б. разрабатывать программу лояльности, но не изменять её условия

В. изменять только сроки действия программы лояльности

Задания 8-15.

Ситуация. Ваша турфирма собирается провести переговоры с деловым партнёром. Прочитайте советы эксперта и отдельные высказывания после текста.

Определите, какие из высказываний соответствуют содержанию текста, а какие – нет.

Особенности ведения переговоров с поставщиками услуг в сфере туристического бизнеса.

Советы эксперта.

Основным местом встречи поставщиков услуг и туроператоров являются выставки и ярмарки. Поставщики услуг подбираются по региональному интересу, виду туризма, содержанию программ обслуживания, а также по сегменту потребителей в возрастном, социальном и экономическом плане. Немаловажное значение имеют их деловые качества и репутация.

Подписанию договоров обычно предшествуют переговоры. К ведению переговоров надо тщательно готовиться. Вы должны хорошо представлять себе, что вам нужно от партнёра, и в каком объёме, хорошо знать цены на его услуги, понимать, кто и что делает и к какому сроку, как будут обсуждаться дополнительные услуги, кто подготавливает проект договора и т.п. Кроме того, вы должны проанализировать «портрет» вашего партнёра по переговорам, понять, насколько его цель отличается от вашей, на каких параметрах будет базироваться его стратегия.

В любых переговорах важен не только стратегический подход, но и психологический настрой. Стратегический план уже готов. Но готовы ли вы психологически? Существует несколько правил психологического подхода к ведению переговоров.

1. Аттитюды (установки). Выявляйте установки своего партнёра по переговорам (его интересы, ценности, цели) и используйте их в своих контрдоводах. К примеру, следует умело напоминать партнеру о возможных выгодах сотрудничества с вами.

2. Вы-подход. В любых столкновениях мнений и конфликтах вначале выясните намерения, ожидания и опасения вашего партнёра. Изложите ему свои интересы и сомнения, а затем совместно с ним ищите варианты решения, в наибольшей степени удовлетворяющие обе стороны.

3. Толерантность. Представляет собой терпимость к оценке действий партнёра. Не высказывайте оценку действий партнёра, а выражайте лишь свои чувства по поводу этих действий. Например, «ваши слова меня обижают» и т. д.

4. Открытость ума. Чужую позицию, пусть ошибочную, лучше не опровергать сразу, а принять как новый подход.

5. Товарищеская позиция, или позиция взрослого. Это проявляется в спокойной и уверенной позе, жестах, тоне голоса, выражении лица. В переговорах необходимо проявлять уважительность, уверенность, увлекательность и умеренность – все эти качества ведут к успеху в переговорах.



6. Этичность. Не унижайте достоинство человека. Ведите честную игру, не допускайте обмана. Пытайтесь видеть себя со стороны. Это поможет скорректировать поведение и оценить его с позиций эстетичности и этичности.

7. Творческое решение. Избегайте штампов, шаблонов, ищите нестандартные решения. Будьте оригинальны. Можно использовать заранее разработанные заготовки нешаблонного подхода в типичных ситуациях и вопросах.

Задания 8-15.

8. Подбор поставщиков услуг в турбизнесе может осуществляться по региональному интересу.

9. Чтобы приступить к переговорам, надо чётко понимать, что представляет собой деловой партнёр.

10. При подготовке к переговорам важен только психологический настрой.

11. Следует убедить партнёра, что с вами выгодно сотрудничать.

12. Во время ведения переговоров необходимо находить компромиссные решения.

13. Если вам что-то не нравится в поведении партнёра, можно прямо высказать оценку его действий.

14. Не надо обманывать партнёра, следует уважительно относиться к нему.

15. Партнёры должны заранее заготовить шаблоны и использовать их во время переговоров.

Задания 16-20.

Ситуация. Вы работаете в туристической компании. К Вам пришёл клиент, который любит отдыхать в необычных отелях.

Прочитайте информацию об отелях и подумайте, какой отель Вы посоветуете клиенту.

Внимание! Один отель лишний.

А. Отель «Эверест Вью»  В азиатской части Евразии в Непале находится самый высокогорный отель «Эверест Вью». В отеле всего 12 номеров и из каждого номера открывается вид на Гималаи и высочайшую вершину мира – гору Эверест. Отель расположен на территории национального парка Сагарматха. Персонал отеля предоставит вам отличный сервис и вкусную кухню, чтобы сделать ваше пребывание незабываемым.	Б. Отель «Кузейла»  Единственный в мире подземный отель находится на юге Туниса в деревне Матмата. Это отель «Кузейла». Туристам предлагаются необычные номера – номера-пещеры. В каждой такой пещере есть телевизор, кондиционер, туалет. В отеле есть ресторан, который находится не в пещере, а в большом зале с террасой с видом на всю деревню. Интерьер этого ресторана запечатлён в фильме «Звёздные войны», который снимался в этих местах.
В. «Подводный отель Жюля»  Первый в мире и пока единственный отель находится во Флориде около острова Ки-Ларго. Он называется «Подводный отель Жюля». Имеется в виду, естественно, писатель-	Г. «Айс отель»  Этому отелю из снега и льда уже 25 лет. Он находится в Швеции. Каждую зиму помещения отеля отстраиваются по-новому. Материалом служит замороженная вода



фантаст Жюль Верн. Общая площадь отеля – 183 квадратных метра. Без акваланга в отель не попасть. Комнаты круглые. Из окна-иллюминатора можно наблюдать за морскими обитателями. Обслуживание – 24 часа в сутки.		экологически чистой реки Турне-Эльв. Туристам выдаётся термобельё, шапки и спальные мешки. После ночи на оленьих шкурах гостям приносят завтрак с горячим брусничным соком. При любой температуре снаружи в номерах не бывает холоднее – 7 °С.	
Д. Отель «Шато де Баньоль»  Исторический памятник, который многие во Франции считают шедевром романской архитектуры, на девятом веку своего существования был превращён в роскошный отель. Мощные стены со смотровыми башнями окружены рвом, из окон открывается вид на французский сад и виноградники Божоле. Интерьеры с настенными фресками и антикварной мебелью оформлены дизайнерами лучших модных домов Франции.		Е. Эко-отель «Хоббитлэнд»  Отель находится в 112 километрах от Москвы. Туристов размещают в домики, которые называются «жилище хоббитов». Несмотря на необычный внешний вид, эти домики комфортные и уютные. В них есть печь, постель и умывальник. А ещё большие круглые окна и фонари у входа. Отдых здесь воссоздаёт уклад жизни маленьких человечков из трилогии Толкиена «Властелин колец». Гости катаются на лодках, рыбачат на берегу озера, гуляют по лесу, наслаждаясь тишиной.	

	Какой отель Вы посоветуете клиенту, если он
16.	любит плавать с аквалангом и наблюдать жизнь морских животных.
17.	хочет пожить в старинном особняке в окружении предметов антиквариата.
18.	давно мечтал отдохнуть в небольшом отеле в горах какой-нибудь красивой азиатской страны и попробовать местную кухню.
19.	любит читать фантастику, ловить рыбу и мечтает об отдыхе на природе где-нибудь в России.
20.	собирается поехать зимой в одну из северных стран, чтобы почувствовать, что такое настоящий мороз.

Часть II.
Задания 22-70.

Инструкция

В этой части Вам нужно выполнить задания по лексике (**Задания 21-70**).

Типы заданий: составление словосочетаний (**Задания 21-32**), подбор синонимов и антонимов (**Задания 33-42**), выбор нужного слова в тексте (**Задания 53-62**), выбор термина в соответствии с толкованием (**Задания 63-67**), выбор соответствий фразы с типом документа (**Задания 68-70**).

В **Заданиях 21-37, 43-70** выберите **один** правильный вариант ответа.

В **Заданиях 38-42** может быть **один** или **несколько** правильных вариантов ответа.

Отметьте выбранные варианты ответов в контрольном листе.



Задания 21-32. Образуйте словосочетания.

Внимание! Одно слово лишнее.

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 21. рынок | А. на авиаперелёты |
| 22. объём | Б. туризма |
| 23. скидки | В. продаж |
| 24. подготовка | Г. поездки |
| | Д. к переговорам |
| 25. сетевой | А. отель |
| 26. высокий | Б. клиент |
| 27. платёжеспособный | В. сезон |
| 28. регулярный | Г. рейс |
| | Д. депозит |
| 29. удовлетворять | А. услуги |
| 30. оказывать | Б. спрос |
| 31. возмещать | В. отель |
| 32. подписывать | Г. ущерб |
| | Д. договор |

Задания 33-37. Подберите синонимы.

Внимание! Два варианта лишних.

- | | |
|--------------|-----------------|
| 33. инвестор | А. время года |
| 34. ущерб | Б. кредит |
| 35. сезон | В. турпакет |
| 36. сервис | Г. вкладчик |
| 37. договор | Д. контракт |
| | Е. обслуживание |
| | Ж. убыток |

Задания 38-42. Впишите антонимы.

38. доходы — _____
39. спрос — _____
40. выездной туризм — _____ туризм
41. крупная турфирма — _____ турфирма
42. снизить цены — _____ цены

Задания 43-52. Прочитайте фрагменты договора о реализации туристского продукта и выберите нужный глагол.

1.1. Туроператор обязуется на условиях и в сроки, установленные настоящим Договором, ____ **43** ____ Заказчику комплекс туристских услуг по перевозке и размещению (далее – «Туристский продукт»), а Заказчик принять и ____ **44** ____ указанный туристский продукт. Информация о туристе/туристах, а также характеристики и потребительские свойства Туристского продукта ____ **45** ____ в заявке на бронирование, которая является неотъемлемой частью настоящего Договора.



43. А. реализовать Б. выполнить В. отдать	44. А. заплатить Б. оплатить В. уплатить	45. А. показываются Б. называются В. указываются
---	--	--

1.2. Туристский продукт, соответствующий характеристикам, указанным в Заявке, ____ **46** ____ Туроператором, сведения о котором ____ **47** ____ в Приложении № 2 к Договору.

46. А. формируется Б. делается В. образуется	47. А. присутствуют Б. содержатся В. хранятся
--	---

1.3. Туроператор ____ **48** ____ Заказчику все услуги, входящие в программу тура, ____ **49** ____ качество всех условий и форм обслуживания в соответствии с выбранным Туристским продуктом. Для оказания услуг туроператор может ____ **50** ____ третьи лица.

48. А. предоставляет Б. отдаёт В. даёт	49. А. создаёт Б. обеспечивает В. оборудует	50. А. звать Б. увлекать В. привлекать
--	---	--

2.1. Заказчик обязан ____ **51** ____ предоплату в размере 30 % от стоимости Туристского продукта в день заключения настоящего Договора. Оставшаяся сумма ____ **52** ____ оплате Заказчиком в течение 10 дней с даты подтверждения Туроператором наличия готового Туристского продукта.

51. А. внести Б. вложить В. ввести	52. А. подходит Б. подлежит В. соответствует
--	--

Задания 53-62.

Ситуация. Вам, как сотруднику турфирмы, надо ознакомиться с новыми статистическими данными в сфере туризма.

Прочитайте текст и восстановите его, выбрав нужное слово.

Статистика Авиаперевозки в России Несмотря на рост цен на билеты, граждане России всё чаще ____ 53 ____ услугами авиакомпаний. В первом полугодии этого года пассажирские перевозки ____ 54 ____ на 10 %. В прошлом году российские авиакомпании перевезли ____ 55 ____ 111 миллионов человек. Новые данные ____ 56 ____ перевозок опубликовала Росавиация. Лидером ____ 57 ____ транспорта России является компания «Аэрофлот». Лидирующие ____ 58 ____ неизменно на протяжении последних нескольких лет удерживают авиакомпании «Сибирь» (S7), «Россия», «Победа», «Уральские авиалинии». Следует отметить, что за последние четыре года россияне стали чаще летать на самолётах. За последние два-три года авиаперелёты совершил ____ 59 ____ третий человек. Пассажиры выбирают авиаперевозки ____ 60 ____ за быстроту (78 %). Тем более, что во многих



случаях цены на авиабилеты практически 61 с ценами на купейные места в поезде. Отвечая на вопрос об опасности видов транспорта, половина 62 назвали авиаперевозки, в целом, безопасными (50%).

53. А. пользуются Б. используют В. применяют	54. А. доросли Б. подросли В. выросли	55. А. выше Б. повыше В. свыше	56. А. о величине Б. об объёмах В. о численности
57. А. воздушного Б. полётного В. летучего	58. А. места Б. позиции В. расположения	59. А. каждый Б. всякий В. любой	60. А. вперёд Б. раньше всего В. в первую очередь
61. А. оказались равными Б. сравнялись В. приравнялись	62. А. опрошенных Б. запрошенных В. спрошенных		

Задания 63-67. Соотнесите термины и их толкование. **Внимание!** Одно толкование лишнее.

63.	страхователь	А.	организация, оказывающая услуги работодателям по поиску и подбору персонала
64.	договор о сотрудничестве	Б.	юридическое или физическое лицо, заключившее договор со страховой компанией
65.	лицензия	В.	ставка или система ставок на различные услуги
66.	рекрутинговое агентство	Г.	документ, подписанный двумя или несколькими сторонами, закрепляющий намерения сторон взаимодействовать в определённой области
67.	тариф	Д.	юридическое лицо, имеющее лицензию на осуществление страховой деятельности
		Е.	документ, разрешающий осуществлять конкретный вид деятельности

Задания 68-70. Соотнесите фразу и тип документа. **Внимание!** Два типа документов лишние.

	Фраза		Тип документа
68.	Согласно нашему договору для проживания мне должны были предоставить номер в 5-ти звёздочном отеле «Карат». Номер в отеле был оплачен как номер категории «люкс». По приезде на отдых меня поселили в 4-х звёздочном отеле, и номер был не люкс, а обычный двухместный.	А.	Заявка



69.	Исполнитель обязан провести поиск и представление кандидатов на заявленные вакансии согласно требованиям, указанным Заказчиком в Заявках, которые являются неотъемлемой частью настоящего Договора. Заявка оформляется на каждую открытую вакансию.	Б.	Письмо-предложение о сотрудничестве
70.	Предлагаемый нами продукт охватывает все стадии международного мероприятия. Мы обладаем лицензией на осуществление туроператорской и турагентской деятельности, что позволяет нам пользоваться льготами во всех крупных гостиницах и конгресс центрах в стране. Мы готовы обсудить с Вами возможности совместной работы.	В.	Претензия
		Г.	Договор на подбор персонала
		Д.	Договор страхования в сфере туризма



ЧТЕНИЕ
КОНТРОЛЬНЫЙ ЛИСТ

фамилия _____

дата _____

имя _____

место проведения экзамена _____

страна _____

Часть I.

Задания 1-7.

1.	A	B	V
2.	A	B	V
3.	A	B	V
4.	A	B	V
5.	A	B	V
6.	A	B	V
7.	A	B	V

Задания 8-15.

8.	A	B
9.	A	B
10.	A	B
11.	A	B
12.	A	B
13.	A	B
14.	A	B
15.	A	B

Задания 16-20.

16.	A	B	V	Г	Д	Е
17.	A	B	V	Г	Д	Е
18.	A	B	V	Г	Д	Е
19.	A	B	V	Г	Д	Е
20.	A	B	V	Г	Д	Е

Часть II.

Задания 21-32.

21.	A	B	V	Г	Д
22.	A	B	V	Г	Д
23.	A	B	V	Г	Д
24.	A	B	V	Г	Д
25.	A	B	V	Г	Д
26.	A	B	V	Г	Д
27.	A	B	V	Г	Д
28.	A	B	V	Г	Д
29.	A	B	V	Г	Д
30.	A	B	V	Г	Д
31.	A	B	V	Г	Д
32.	A	B	V	Г	Д

Задания 33-37.

33.	A	B	V	Г	Д	Е	Ж
34.	A	B	V	Г	Д	Е	Ж
35.	A	B	V	Г	Д	Е	Ж
36.	A	B	V	Г	Д	Е	Ж
37.	A	B	V	Г	Д	Е	Ж



Задания 38-42.

38.	
39.	
40.	
41.	
42.	

Задания 43-52.

43.	А	Б	В
44.	А	Б	В
45.	А	Б	В
46.	А	Б	В
47.	А	Б	В
48.	А	Б	В
49.	А	Б	В
50.	А	Б	В
51.	А	Б	В
52.	А	Б	В

Задания 53-62.

53.	А	Б	В
54.	А	Б	В
55.	А	Б	В
56.	А	Б	В
57.	А	Б	В
58.	А	Б	В
59.	А	Б	В
60.	А	Б	В
61.	А	Б	В
62.	А	Б	В

Задания 63-67.

63.	А	Б	В	Г	Д	Е
64.	А	Б	В	Г	Д	Е
65.	А	Б	В	Г	Д	Е
66.	А	Б	В	Г	Д	Е
67.	А	Б	В	Г	Д	Е

Задания 68-70.

68.	А	Б	В	Г	Д
69.	А	Б	В	Г	Д
70.	А	Б	В	Г	Д



ЧТЕНИЕ

КЛЮЧИ

Весь тест оценивается в 130 баллов (100%).

Каждое тестовое задание 1-20 оценивается в 3 балла.

Каждое тестовое задание 21-42, 63-70 оценивается в 1 балл.

Каждое тестовое задание 43-62 оценивается в 2 балла.

Часть I.

Задания 1-7.

1.	А	Б	В
2.	А	Б	В
3.	А	Б	В
4.	А	Б	В
5.	А	Б	В
6.	А	Б	В
7.	А	Б	В

Задания 8-15.

8.	А	Б
9.	А	Б
10.	А	Б
11.	А	Б
12.	А	Б
13.	А	Б
14.	А	Б
15.	А	Б

Задания 16-20.

16.	А	Б	В	Г	Д	Е
17.	А	Б	В	Г	Д	Е
18.	А	Б	В	Г	Д	Е
19.	А	Б	В	Г	Д	Е
20.	А	Б	В	Г	Д	Е

Часть II.

Задания 21-32.

21.	А	Б	В	Г	Д
22.	А	Б	В	Г	Д
23.	А	Б	В	Г	Д
24.	А	Б	В	Г	Д
25.	А	Б	В	Г	Д
26.	А	Б	В	Г	Д
27.	А	Б	В	Г	Д
28.	А	Б	В	Г	Д
29.	А	Б	В	Г	Д
30.	А	Б	В	Г	Д
31.	А	Б	В	Г	Д
32.	А	Б	В	Г	Д

Задания 33-37.

33.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
34.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
35.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
36.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
37.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж



Задания 38-42.

38.	расходы, затраты, издержки, убытки, ущерб, потери
39.	предложение
40.	внутренний, въездной
41.	мелкая, маленькая, небольшая
42.	повысить

Задания 43-52.

43.	А	Б	В
44.	А	Б	В
45.	А	Б	В
46.	А	Б	В
47.	А	Б	В
48.	А	Б	В
49.	А	Б	В
50.	А	Б	В
51.	А	Б	В
52.	А	Б	В

Задания 53-62.

53.	А	Б	В
54.	А	Б	В
55.	А	Б	В
56.	А	Б	В
57.	А	Б	В
58.	А	Б	В
59.	А	Б	В
60.	А	Б	В
61.	А	Б	В
62.	А	Б	В

Задания 63-67.

63.	А	Б	В	Г	Д	Е
64.	А	Б	В	Г	Д	Е
65.	А	Б	В	Г	Д	Е
66.	А	Б	В	Г	Д	Е
67.	А	Б	В	Г	Д	Е

Задания 68-70.

68.	А	Б	В	Г	Д
69.	А	Б	В	Г	Д
70.	А	Б	В	Г	Д



ПИСЬМО

Время выполнения теста – 60 минут.

Инструкция

Тест состоит из двух частей и 38 заданий.

В первой части Вам предлагается выполнить задания по грамматике, восстановив тексты делового характера (Задания 1-36). Выберите правильный вариант ответа и отметьте его в контрольном листе.

Во второй части - составить аналитическую справку и написать письмо деловому партнёру (Задания 37-38).

Перед выполнением заданий внимательно ознакомьтесь с инструкциями. Работа выполняется на контрольном листе.

Внимание! При выполнении теста *пользоваться словарём нельзя!*

Часть I.

Задания 1-36.

Инструкция

В этой части Вам предлагается восстановить тексты делового характера, вставив нужные предлоги (Задания 1-6), союзы, союзные слова или предлоги (Задания 7-16), нужную форму слова «который» (Задания 17-21), причастия (Задания 21-32), деепричастия (Задания 33-36), выбрав **один** правильный вариант ответа. Выбранные варианты ответов отметьте в контрольном листе.

Задания 1-6. Восстановите текст объявления, которое было размещено на сайте туристической компании, выбрав нужный предлог.

Внимание! Один предлог лишний!

Приглашаем вас посетить семинары и вебинары, которые организует туристическая компания PAC GROUP. Компания PAC GROUP - это европейский многопрофильный оператор, и ___ 1 ___ нашим обучающим программам вы сможете обновить свои знания ___ 2 ___ направлениях туризма и узнать акценты текущего сезона. Кроме того, ___ 3 ___ семинаров и вебинаров мы представим вам наши новинки, поделимся своим опытом. Данные мероприятия проводятся ___ 4 ___ региона и статуса вашей компании. Чтобы принять участие в семинаре или вебинаре, вам необходимо заполнить заявку на нашем сайте ___ 5 ___ следующей недели. Присоединяйтесь ___ 6 ___ обучающим программам для агентств!	А. во время Б. благодаря В. в течение Г. о Д. через Е. к Ж. независимо от
--	--



Задания 7-16. Восстановите текст рекламного характера, который был размещён на сайте компании, выбрав нужный союз, предлог или нужное союзное слово.

1. Мы сделаем всю рутинную работу за вас.

Планируя поездку с нами, вам остаётся только расслабиться и получать удовольствие от путешествия, ____ **7** ____ теперь ваша забота об организации отдыха – наша работа. Мы подберём подходящий отель (или маршрут) по цене туроператора, подготовим и отправим все документы, ____ **8** ____ дадим полезные советы, которые помогут получить ещё больше удовольствий и впечатлений.

2. Мы сэкономим ваши деньги.

Мы гордимся тем, что умеем организовывать поездки наших клиентов так, ____ **9** ____ качество отдыха было отличным, а цена настолько низкой, ____ **10** ____ это возможно. А ещё мы всегда даём много полезных советов, ____ **11** ____ вы сможете сэкономить непосредственно в поездке.

3. Мы позаботимся о вас.

Мы начинаем заботиться о вас, ____ **12** ____ вы приобретаете тур. С нами вы никогда не опоздаете на самолёт, не окажетесь в плохом номере отеля и не разочаруетесь в своём выборе. ____ **13** ____ вы отправитесь в путешествие, мы снабдим вас подробными инструкциями на все возможные и невозможные непредвиденные ситуации. Мы хотим видеть наших клиентов довольными и счастливыми, и ____ **14** ____ вы в поездке столкнётесь с какими-то хлопотами, то пусть эти хлопоты будут исключительно приятными.

4. Мы всегда на вашей стороне.

Мы всегда «подключаемся», ____ **15** ____ понимаем, что в процессе поездки что-то идёт не так и помогаем своим клиентам. ____ **16** ____ на отдыхе бывают разные ситуации, наши клиенты оставляют после поездки хорошие отзывы.

7. А. потому что Б. из-за того что В. в результате чего	8. А. но и Б. а также В. а	9. А. для того чтобы Б. чтобы В. что	10. А. поскольку Б. сколько В. насколько
11. А. благодаря Б. благодаря чему В. благодаря тому что	12. А. как только Б. пока не В. как	13. А. Прежде чем Б. Перед тем В. С тех пор как	14. А. в случае Б. в связи с тем что В. если
15. А. в то время как Б. до тех пор как В. когда	16. А. Несмотря на то что Б. Несмотря на В. Так как		



Задания 17-21. Восстановите фрагмент доклада руководителя туристической компании, выбрав нужную форму слова «*который*».

Внимание! Одно слово лишнее!

Каждый довольный клиент, как правило, рекомендует своим знакомым ту компанию, услугами ____ 17 ____ он сам пользуется. Так строится цепочка постоянных клиентов, ____ 18 ____ мы предлагаем различные программы поощрения. А постоянные клиенты обеспечивают постоянный доход и являются как раз тем фундаментом, ____ 19 ____ строится благополучие компании. Старые клиенты приносят нашей компании семьдесят процентов оборота. Это касается, в первую очередь, тех направлений турбизнеса, ____ 20 ____ мы развиваем уже много лет. Наличие постоянных клиентов даёт нам уверенность в завтрашнем дне, позволяет разрабатывать новые проекты, ____ 21 ____ изо дня в день трудятся специалисты нашей фирмы.	А. которые Б. которым В. которой Г. над которыми Д. которую Е. на котором
---	--

Задания 22-27. Восстановите фрагмент лекции, выбрав подходящие по смыслу и форме причастия.

Сегодня мы обратимся к очень важной теме – «Межкультурные проблемы и их преодоление». Вопросы, ____ 22 ____ нами сегодня, очень актуальны для сферы международного турбизнеса. Руководителям, ____ 23 ____ свои фирмы на международном уровне, должны быть хорошо знакомы особенности чужих культур. Однако это не всегда так бывает. Опыт показывает, что при общении, например, деловых партнёров возникает немало сложностей, ____ 24 ____ только межкультурными проблемами. Результаты анализа, ____ 25 ____ специалистами, показывает, что вся проблема заключается в незнании и неуважении других культур. Нам не всегда нравятся язык, одежда, жесты, манеры, обычаи в культуре другого народа. И что с этим делать? Как научить персонал, в первый раз ____ 26 ____ к переговорам с деловым партнёром, толерантности, национальной терпимости? Эта проблема возникает и при работе с частными клиентами. По-моему, самое главное – изучать культуры наших партнёров и клиентов. И руководители турфирм не должны забывать, что все не ____ 27 ____ рекомендации профессионалов в области межкультурного общения могут привести к конфликту.
--

22. А. рассматривающие Б. рассмотревшие В. рассматриваемые	23. А. представляющим Б. представляемым В. представленным	24. А. объяснявших Б. объясняемых В. объясняющих
25. А. проводящего Б. проводившего В. проведённого	26. А. готовящийся Б. готовивший В. приготовленный	27. А. учитывающие Б. учитывавшие В. учтённые



Задания 28-32. Восстановите фрагмент статьи, выбрав нужное причастие.

Комбинированные туры – это сочетание в одной поездке различных целей и видов отдыха, также это может быть одновременное посещение разных стран или городов. В настоящее время они становятся всё популярнее. Тур, ____ **28** ____ клиентом, поможет ему, например, сегодня познакомиться с городами Испании, а завтра оказаться на отдыхе на пляже. На рынке ____ **29** ____ три вида программ: автобус, автобус плюс железнодорожный переезд и автобус плюс авиаперелёт.

Современные турагентства готовы предложить своим клиентам самые интересные и необычные маршруты, ____ **30** ____ с учётом пожеланий туристов. Маршруты ____ **31** ____ так, что всегда найдётся свой вариант даже для самых капризных клиентов.

Но комбинированные туры имеют и свои недостатки: не каждому подойдёт большое количество переездов и программа тура не может быть ____ **32** ____.

28. А. выбравший Б. выбранный В. выбран	29. А. представляемые Б. представленные В. представлены	30. А. разработанные Б. разработаны В. разработавшие
31. А. подготавливаемые Б. подготовленные В. подготовлены	32. А. изменённая Б. изменена В. изменившаяся	

Задания 33-36. Восстановите фрагмент статьи, выбрав нужное деепричастие.

В настоящее время в России динамично развивается рынок онлайн-туризма, из года в год ____ **33** ____ существенные обороты.

Показатель бронирования туристических услуг через онлайн-продажи в этом году вырос на 10 %, ____ **34** ____ значительную нишу на рынке туризма.

Сегодня в мире много стран, в которых туристы, ещё только ____ **35** ____ на отдых, начинают бронировать туры через онлайн-системы. В их число входят Германия, Канада, Австралия, Великобритания, Китай, страны Южной Америки.

Главное в работе онлайн-туризма – определить, что хотят потребители, а ____ **36** ____ это, правильно удовлетворить их потребности в поиске и бронировании онлайн-путешествий.

33. А. набирая Б. набрав	34. А. занимая Б. заняв	35. А. собираясь Б. собравшись	36. А. понимая Б. поняв
---------------------------------------	--------------------------------------	---	--------------------------------------



ЧАСТЬ II.
Задания 37-38.

Инструкция

В этой части Вам предлагается составить аналитическую справку российского рынка выездного туризма (**Задание 37**) и написать письмо-предложение о сотрудничестве (**Задание 38**).

Перед выполнением задания внимательно познакомьтесь с ситуацией.

Все задания этой части Вы пишете от руки на контрольном листе.

Внимание! Вы можете писать ручкой чёрного или синего цвета. Карандашом пользоваться нельзя!

Задание 37.

Ситуация. Ваша компания собирается выйти на российский рынок туризма.

Составьте аналитическую справку о состоянии рынка выездного туризма в России.

Российский рынок выездного туризма

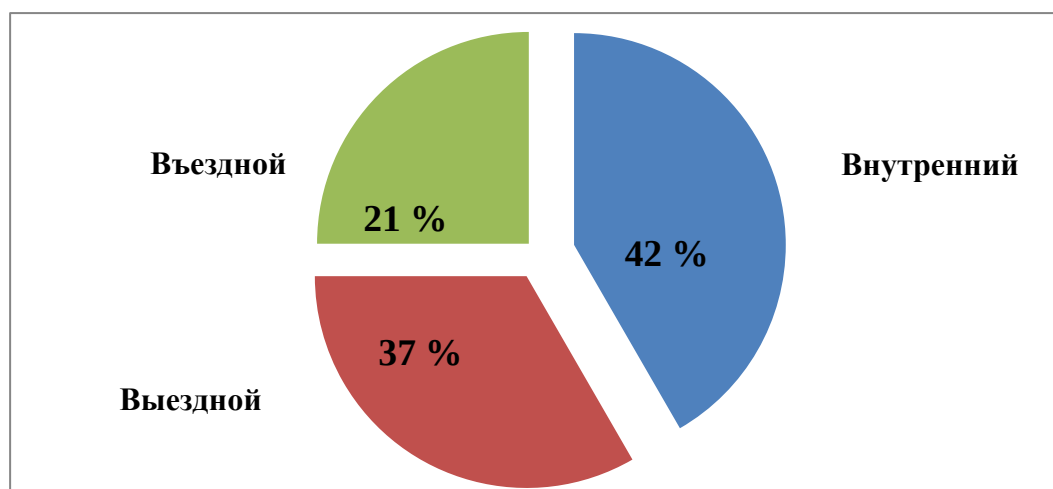
Количество россиян, отдыхающих за рубежом – приблизительно **40 миллионов человек в год**.

Количество посещаемых россиянами стран – **74**.

Количество туроператоров на рынке – **2436**.

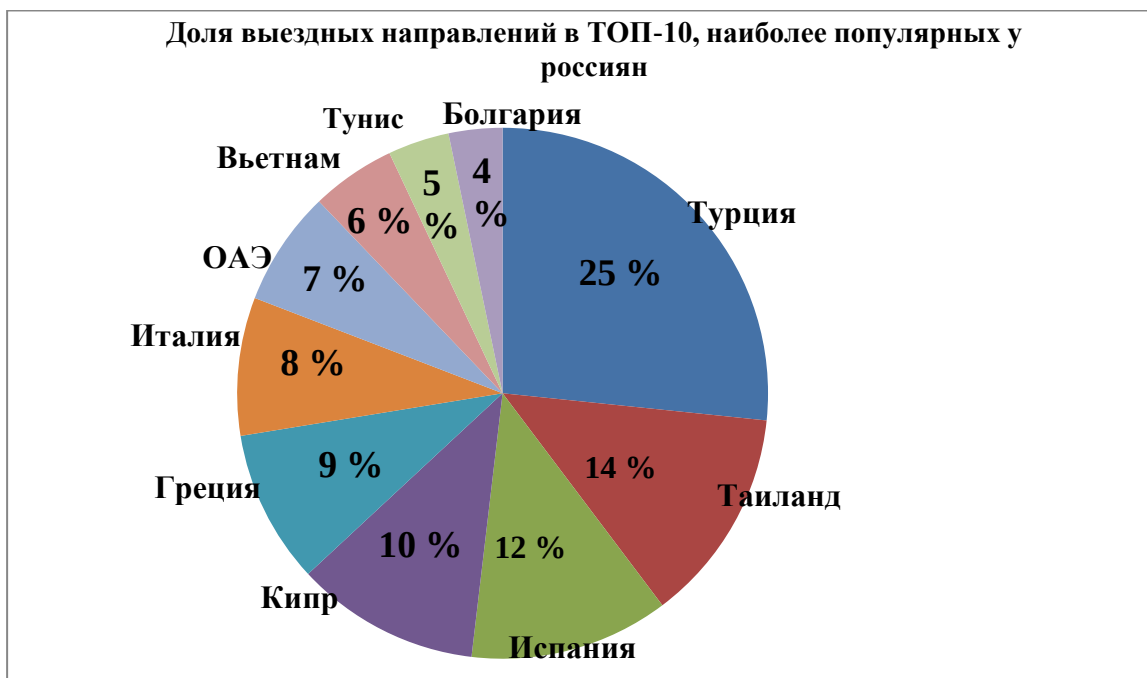
Количество международных рейсов – **1600**

1. Сегменты российского рынка туризма (в %). Доля выездного туризма в общей структуре рынка.





2. Структура рынка выездного туризма по странам (в %).

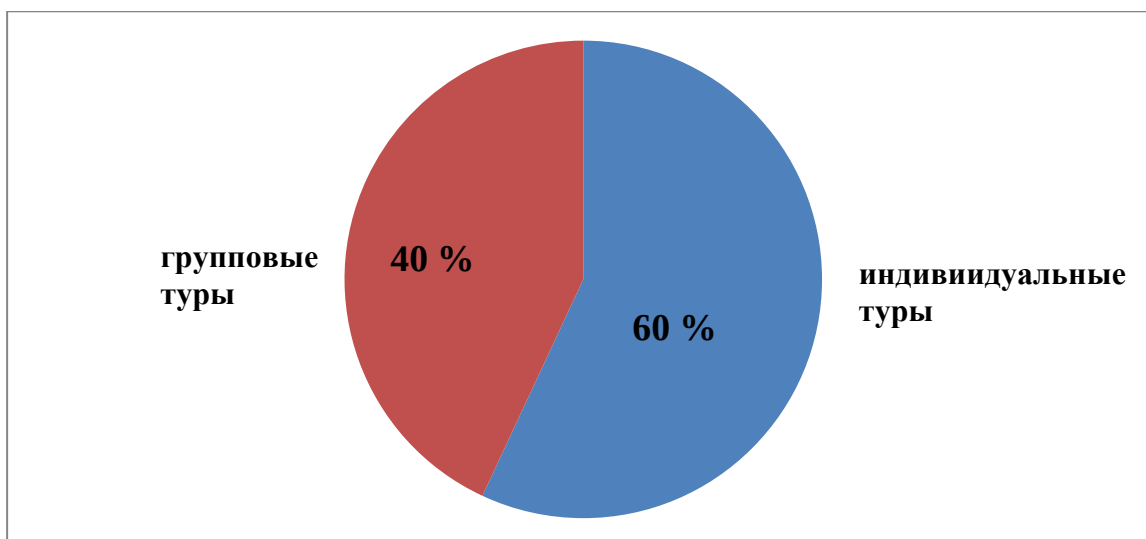


3. Виды международного туризма, выбираемые россиянами (в %).

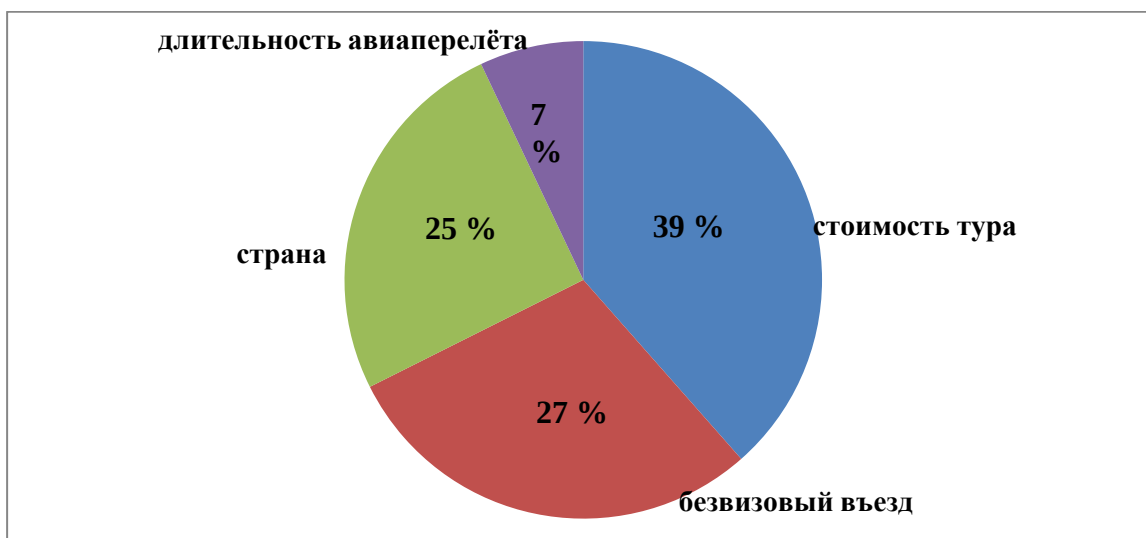




4. Предпочтения российских туристов при выборе тура по количеству участников (в %).



5. Критерии выбора поездки (в %). На что ориентируются российские туристы?



Задание 38.

Ситуация.

Ваша туристическая компания планирует выйти на российский рынок туризма и заключить договор с одной из российских турфирм.

Напишите письмо-предложение о сотрудничестве, указав в нём:

1. электронный адрес получателя
2. тема письма

В основной части письма:

3. обратитесь к адресату, используя формулу речевого этикета;
4. сообщите:
 - о статусе Вашей компании, времени и месте создания;
 - как долго Ваша компания работает на рынке туристических услуг;
 - о направлении деятельности Вашей компании и оказываемых услугах;
 - о планах Вашей компании;



5. предложите:

- познакомиться с подробной информацией о деятельности компании на Вашем сайте;
- варианты сотрудничества с Вашей компанией;

6. выразите надежду на сотрудничество;

7. закончите письмо соответствующей формулой речевого этикета.



ПИСЬМО
КОНТРОЛЬНЫЙ ЛИСТ

фамилия _____ дата _____

имя _____ место проведения экзамена _____

страна _____

Часть I.

Задания 1-6.

1.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
2.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
3.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
4.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
5.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
6.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж

Задания 7-16.

7.	А	Б	В
8.	А	Б	В
9.	А	Б	В
10.	А	Б	В
11.	А	Б	В
12.	А	Б	В
13.	А	Б	В
14.	А	Б	В
15.	А	Б	В
16.	А	Б	В

Задания 17-21.

17.	А	Б	В	Г	Д	Е
18.	А	Б	В	Г	Д	Е
19.	А	Б	В	Г	Д	Е
20.	А	Б	В	Г	Д	Е
21.	А	Б	В	Г	Д	Е

Задания 22-27.

22.	А	Б	В
23.	А	Б	В
24.	А	Б	В
25.	А	Б	В
26.	А	Б	В
27.	А	Б	В

Задания 28-32.

28.	А	Б	В
29.	А	Б	В
30.	А	Б	В
31.	А	Б	В
32.	А	Б	В

Задания 33-36.

33.	А	Б
34.	А	Б
35.	А	Б
36.	А	Б



Часть II.

Задание 37. Составьте аналитическую справку о состоянии рынка выездного туризма в России.

Аналитическая справка

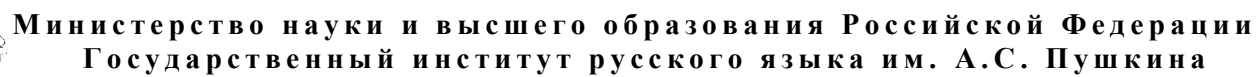
1. Общая характеристика рынка.

2. Сегменты российского рынка туризма. Доля выездного туризма в общей структуре рынка.

3. Виды международного туризма, выбираемые россиянами.

4. Предпочтения российских туристов при выборе тура по количеству участников.

5. Критерии выбора поездки. На что ориентируются российские туристы?



This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.



**ПИСЬМО
КЛЮЧИ**

Весь тест оценивается в 151 балл (100%).

Каждое тестовое задание (задания 1-21) оценивается в 1 балл. Всего 21 балл.

Каждое тестовое задание (задания 22-36) оценивается в 2 балла. Всего 30 баллов.

Задания 37-38 оцениваются в 100 баллов (50 баллов – задание 37 и 50 баллов – задание 38).

Часть 1.

Задания 1-6.

1.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
2.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
3.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
4.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
5.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж
6.	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж

Задания 7-16.

7.	А	Б	В
8.	А	Б	В
9.	А	Б	В
10.	А	Б	В
11.	А	Б	В
12.	А	Б	В
13.	А	Б	В
14.	А	Б	В
15.	А	Б	В
16.	А	Б	В

Задания 17-21.

17.	А	Б	В	Г	Д	Е
18.	А	Б	В	Г	Д	Е
19.	А	Б	В	Г	Д	Е
20.	А	Б	В	Г	Д	Е
21.	А	Б	В	Г	Д	Е

Задания 22-27.

22.	А	Б	В
23.	А	Б	В
24.	А	Б	В
25.	А	Б	В
26.	А	Б	В
27.	А	Б	В

Задания 28-32.

28.	А	Б	В
29.	А	Б	В
30.	А	Б	В
31.	А	Б	В
32.	А	Б	В

Задания 33-36.

33.	А	Б
34.	А	Б
35.	А	Б
36.	А	Б



АУДИРОВАНИЕ

Время выполнения теста – 30 минут.

Инструкция

Тест состоит из **трёх частей** и **20 тестовых заданий**.

Вам предлагается прослушать деловые разговоры в офисе (**Задания 1-5**), выступление руководителя турфирмы на форуме (**Задания 6-11**) и бизнес-хронику (**Задания 12-20**).

Сначала прочитайте описание ситуации, чтобы понять, что нужно узнать из текстов. Потом Вы услышите текст. В паузу прочитайте варианты ответов, выберите **один** правильный вариант и отметьте его в контрольном листе.

Все тексты звучат **два раза**.

Внимание! При выполнении теста *пользоваться словарём нельзя!*

Часть 1.

Задания 1-5.

Инструкция

В этой части Вам предлагается прослушать деловые разговоры в офисе (**Задания 1-5**). После прослушивания текста выполните задание к нему, выбрав **один** правильный вариант ответа (**А**, **Б** или **В**). Отметьте выбранные варианты ответов в контрольном листе.

Задания 1-5.

Ситуация. Вы присутствуете на предварительных переговорах с российской туристической компанией. *О чём говорят собеседники?*

1. Роберт прилетел в Россию с целью _____.
А. заключить новый договор
Б. изучить новые маршруты
В. изменить старые маршруты
2. В каталоге партнёра Роберта заинтересовали _____.
А. традиционные маршруты
Б. новые модные маршруты
В. только комбинированные туры
3. Круизы по Северному Ледовитому океану могут позволить себе _____.
А. только платёжеспособные клиенты
Б. не только платёжеспособные клиенты
В. постоянные клиенты с разным уровнем дохода
4. Количество желающих отдохнуть на Байкале и на Камчатке _____.
А. не изменяется
Б. становится всё меньше
В. становится всё больше
5. Елена рассказала Роберту, что в настоящее время в Сочи много _____.
А. пляжей
Б. развлечений для туристов
В. больших современных отелей



Часть 2.
Задания 6-11.

Инструкция

В этой части Вам предлагается прослушать фрагмент выступления руководителя турфирмы на форуме (**Задания 6-11**). После прослушивания текста выполните задание к нему. Определите, какие фразы соответствуют услышанной информации (отметьте в контрольном листе вариант **А**), а какие не соответствуют (отметьте вариант **Б**).

Задания 6-11.

Ситуация. Вы присутствуете на туристическом форуме и слушаете выступление руководителя российской турфирмы. *О чём говорит выступающий?*

Фразы:

6. В докладе речь идёт о дефиците квалифицированных специалистов в сфере туристического бизнеса.
7. Докладчик отметил, что в России существует большое количество учебных заведений по подготовке кадров для туристической индустрии.
8. Многие работодатели не любят нанимать вчерашних выпускников, потому что не хотят тратить финансовые ресурсы на их обучение.
9. Туристические компании сами занимаются организацией курсов повышения квалификации для своих сотрудников, так как общей системы повышения квалификации для турфирм в России пока нет.
10. Семинары, ознакомительные туры и мастер-классы способны решить проблему нехватки профессиональных кадров.
11. Докладчик сообщил, что одним из решений данной проблемы может стать организация длительных стажировок для студентов, изучающих туризм, с целью их обучения на практике.

Часть 3.
Задания 12-20.

Инструкция

В этой части Вам предлагается прослушать три бизнес-хроники (**Задания 12-14, 15-17 и 18-20**). После прослушивания текстов выполните задания к ним. Определите, какие фразу соответствуют услышанной информации (отметьте в контрольном листе вариант **А**), а какие не соответствуют (отметьте вариант **Б**).

Задания 12-14.

Ситуация. Вы слушаете бизнес-хронику.

Верно ли что:

12. Туристы смогут посетить две экскурсии на туристическом поезде по Кругобайкальской железной дороге.
13. Экскурсионные туры на «Прибайкальском экспрессе» будут продолжаться три дня и включают в себя интересную программу.
14. Ночевать туристы будут в гостиницах, где они смогут попробовать блюда байкальской кухни.



Задания 15-17.

Ситуация. Вы слушаете бизнес-хронику.

Верно ли что:

- 15. Экскурсии в Саудовскую Аравию будут предлагаться, в первую очередь, туристам, проживающим в соседних странах.
- 16. Для российских туристов будет составлена интересная программа с посещением городов Саудовской Аравии и пустыни.
- 17. В настоящее время в Саудовской Аравии ещё мало русскоязычных гидов и не хватает квалифицированного персонала в отелях.

Задания 18-20.

Ситуация. Вы слушаете бизнес-хронику.

Верно ли что:

- 18. Скидку при покупке тура на Кипр можно получить на этапе раннего бронирования.
- 19. Чартерные перевозки не влияют на стоимость турпакета.
- 20. Ещё нет окончательной информации, сколько рейсов планируется на Кипр в предстоящий летний сезон.



**АУДИРОВАНИЕ
КОНТРОЛЬНЫЙ ЛИСТ**

фамилия _____

дата _____

имя _____

место проведения экзамена

страна _____

Часть 1.

Задания 1-5.

1.	А	Б	В
2.	А	Б	В
3.	А	Б	В
4.	А	Б	В
5.	А	Б	В

Часть 2.

Задания 6-11.

6.	А	Б
7.	А	Б
8.	А	Б
9.	А	Б
10.	А	Б
11.	А	Б

Часть 3.

Задания 12-20.

12.	А	Б
13.	А	Б
14.	А	Б
15.	А	Б
16.	А	Б
17.	А	Б
18.	А	Б
19.	А	Б
20.	А	Б



**АУДИРОВАНИЕ
КЛЮЧИ**

Весь тест оценивается в 80 баллов (100%).
Каждое тестовое задание оценивается в 4 балла.

Часть 1.

Задания 1-5.

1.	А	Б	В
2.	А	Б	В
3.	А	Б	В
4.	А	Б	В
5.	А	Б	В

Часть 2.

Задания 6-11.

6.	А	Б
7.	А	Б
8.	А	Б
9.	А	Б
10.	А	Б
11.	А	Б

Часть 3.

Задания 12-20.

12.	А	Б
13.	А	Б
14.	А	Б
15.	А	Б
16.	А	Б
17.	А	Б
18.	А	Б
19.	А	Б
20.	А	Б



ФОНОГРАММА

Инструкция

Тест состоит из трёх частей и 20 тестовых заданий.

Вам предлагается прослушать деловые разговоры в офисе (**Задания 1-5**), выступление руководителя турфирмы на форуме (**Задания 6-11**) и бизнес-хронику (**Задания 12-20**).

Сначала прочитайте описание ситуации, чтобы понять, что нужно узнать из текстов. Потом Вы услышите текст. В паузу прочитайте варианты ответов, выберите **один** правильный вариант и отметьте его в контрольном листе.

Все тексты звучат **два раза**.

Внимание! При выполнении теста *пользоваться словарём нельзя!*

Часть 1.

Задания 1-5.

Инструкция

В этой части Вам предлагается прослушать деловые разговоры в офисе (**Задания 1-5**). После прослушивания текста выполните задание к нему, выбрав **один** правильный вариант ответа (**A, B** или **B**). Отметьте выбранные варианты ответов в контрольном листе.

Задания 1-5.

Ситуация. Вы присутствуете на предварительных переговорах с российской туристической компанией. *О чём говорят собеседники?*

Слушайте фрагмент деловой беседы первый раз.

- Здравствуйте, Елена! Рад с вами встретиться снова.
- Я тоже рада вас видеть, Роберт. Садитесь, пожалуйста. Как вы долетели?
- Хорошо. Только замёрз немного. Я не ожидал, что в Москве будет так холодно.
- Да, сейчас у нас холодно. Крещенские морозы. Вы хотите чай или кофе?
- С удовольствием выпью чашку чая.
- Итак, давайте приступим к делу. Вы написали, что хотите расширить географию туризма в России для ваших клиентов.
- Да. Мы получили ваш новый каталог. Он нам очень понравился. Мы увидели в нём новые, модные в настоящее время виды туризма. Нас заинтересовали ваши новые предложения по приключенческим и экологическим маршрутам, а также комбинированные туры.
- Я рада, что вы это отметили. У нас действительно появились новые интересные направления. Это конные и пешие маршруты по Алтаю, Камчатке и Уралу, поездки в Архангельскую область на Землю Франца-Иосифа, круизы по Северному Ледовитому океану. Но как вы понимаете, круизы по Северному Ледовитому океану и поездки на Землю Франца-Иосифа – это премиум-туры. Не каждый клиент может это себе позволить.
- Согласен. Но среди наших постоянных клиентов есть очень обеспеченные люди, и некоторые из них уже интересовались подобными маршрутами в России. Тем более, как и у вас, у нас существует программа лояльности, и наши постоянные клиенты получают хорошие скидки при покупке тура. В общем, мы хотели бы заключить с вами договор на все эти новые направления.
- Это будет прекрасно! Я думаю, что ваши туристы будут очень довольны этими поездками! Качество отдыха мы гарантируем.
- Елена, хочу ещё сказать, что среди туристов нашей страны не пропадает интерес и к поездкам на Байкал, в Приморский край и на Камчатку. У нас очень много заявок по этим маршрутам. Я думаю, что поток туристов в этих направлениях будет увеличиваться.
- Да, похоже на то. И не только из вашей страны. В других странах тоже растёт интерес к этим поездкам. Расширять географию туризма – это хорошо, но мы по-прежнему предлагаем и старые направления. Например, поездка в Сочи. Это ведь не только отдых на пляже! Можно отправиться в горы, в Красную Поляну. Сейчас в Сочи огромный выбор



экологических и приключенческих программ: лошади, джипы, минеральные источники, сплавы по рекам, горные озёра и многое другое. Кроме того, у нас появились там новые уютные отели.

- Какие именно?

- Это небольшие частные отели с хорошим сервисом. Хотите – на море, хотите – в горах.

- Это заманчивое предложение. Его надо обдумать.

- Хорошо, подумайте. И если вы согласитесь, мы тогда впишем это направление в наш новый договор.

- Договорились.

Слушайте фрагмент предварительных переговоров второй раз.

Выполняйте задания (пауза 50 сек.)

Конец задания.

Часть 2.

Задания 6-11.

Инструкция

В этой части Вам предлагается прослушать фрагмент выступления руководителя турфирмы на форуме (**Задания 6-11**). После прослушивания текста выполните задание к нему. Определите, какие фразы соответствуют услышанной информации (отметьте в контрольном листе вариант **А**), а какие не соответствуют (отметьте вариант **Б**).

Задания 6-11.

Ситуация. Вы присутствуете на туристическом форуме и слушаете выступление руководителя российской турфирмы. *О чём говорит выступающий?*

Определите, какие фразы соответствуют услышанной информации (вариант **А**), а какие не соответствуют (вариант **Б**).

Слушайте фрагмент выступления первый раз.

Уважаемые участники форума!

Сегодня я хочу остановиться на кадровых проблемах в сфере туристического бизнеса. Мы знаем, что в настоящее время сфера туризма и гостеприимства очень быстро развивается. И поэтому вопрос о профессиональном обучении специалистов в этой области стоит сейчас очень остро. Известно, что качество предоставляемых услуг напрямую зависит от уровня подготовки персонала.

Несмотря на то, что кадры для туристической индустрии готовят большое количество российских колледжей и вузов, на рынке туристических вакансий, к сожалению, существует дефицит квалифицированного персонала. Согласно оценкам экспертов, на сегодняшний день большинство (до 75 %) персонала туристических компаний не имеют специального образования в этой сфере. Туристические компании сами вынуждены обучать своих сотрудников с целью повышения уровня профессиональной подготовки, затрачивая при этом немалые финансовые ресурсы. Кроме того, многие работодатели считают, что нанимать неопытных специалистов, которые только что окончили учебное заведение или колледж, нецелесообразно. По мнению работодателей, вчерашние выпускники не умеют взаимодействовать с клиентами и коллегами и у них недостаточно практических знаний и навыков. И вот что получается: спрос на туристское образование в России растёт, но при этом вопрос квалифицированных кадров остаётся актуальным.

Отсюда вытекает ещё одна проблема – отсутствие общей системы повышения квалификации для сотрудников турфирм. Как я уже сказал, туристические компании вынуждены своими силами заниматься повышением квалификации своего персонала.

Сейчас широко распространены семинары для персонала в сфере туризма. Тематика таких семинаров многочисленна: от изучения отельной базы и экскурсионных возможностей отдельных направлений до методики работы с системой бронирования оператора. Турфирмы



также регулярно организуют ознакомительные туры и выездные мастер-классы. Всё это замечательно, но главной проблемы – отсутствие квалифицированного персонала – это не решает.

Да, проблема квалифицированного персонала является актуальной, но предпринимаются попытки решения этой проблемы. Их несколько. Одно из них, например, брать в компании на длительную стажировку студентов профильных учебных заведений и обучать их на практике, как надо работать с клиентами.

Спасибо за внимание!

Слушайте фрагмент выступления второй раз.

Выполняйте задания (пауза 60 сек.)

Конец задания.

Часть 3. Задания 12-20.

Инструкция

В этой части Вам предлагается прослушать три бизнес-хроники (Задания 12-14, 15-17 и 18-20). После прослушивания текстов выполните задания к ним. Определите, какие фразы соответствуют услышанной информации (отметьте в контрольном листе вариант А), а какие не соответствуют (отметьте вариант Б).

Задания 12-14.

Ситуация. Вы слушаете бизнес-хронику.

Определите, какие фразы соответствуют услышанной информации (вариант А), а какие не соответствуют (вариант Б).

Слушайте бизнес-хронику первый раз.

Компания «Российские железные дороги» с марта этого года запускает туристические поезда выходного дня «Байкальский экспресс» по Кругобайкальской железной дороге из Иркутска и Улан-Удэ.

Два туристических «Байкальских экспресса» будут курсировать по круговым маршрутам выходного дня, отправляясь в пятницу и возвращаясь в воскресенье. Первый маршрут – это «Иркутск – Байкал – Иркутск» и второй маршрут – «Улан-Удэ – Байкал – Иркутск – Улан-Удэ».

Туристы совершат экскурсию по Кругобайкальской железной дороге на паровозе, увидят ее уникальные тоннели, каменные галереи, а также успеют насладиться природой Байкала. Кругобайкальская железная дорога – это уникальный памятник инженерного искусства начала XX века, одна из живописных достопримечательностей Прибайкалья.

Поездки будут проходить в формате «отель на колесах», когда день можно посвятить знакомству с достопримечательностями, а ночь проводить в поезде. В пути будет работать вагон-ресторан, где можно будет попробовать блюда байкальской кухни.

Слушайте бизнес-хронику второй раз.

Выполняйте задания (пауза 30 сек.)

Конец задания.

Задания 15-17.

Ситуация. Вы слушаете бизнес-хронику.

Определите, какие фразы соответствуют услышанной информации (вариант А), а какие не соответствуют (вариант Б).



Слушайте бизнес-хронику первый раз.

Экскурсии в Саудовскую Аравию могут в обозримом будущем стать доступными для россиян, которые приезжают отдыхать в соседние страны: например, в Египет, Иорданию, Объединённые Арабские Эмираты. Об этом рассказала директор по рынкам России и СНГ Управления по туризму Саудовской Аравии Лана Балкер. По её словам, Саудовская Аравия намерена работать над привлечением максимального числа таких туристов. Им будут предложены поездки в столицу Саудовской Аравии - Эр-Рияд и джип-сафари в пустыне, а также экскурсионные программы с посещением городов Аль-Ула и Джидда.

«В настоящее время мы предпринимаем серьезные усилия для того, чтобы подготовить наш рынок к приему гостей из России. В частности, мы уже ведем набор русскоязычных гидов и обучаем персонал в отелях», — рассказала Лана Балкер.

Слушайте бизнес-хронику второй раз.

Выполняйте задания (пауза 30 сек.)

Конец задания.

Задания 18-20.

Ситуация. Вы слушаете бизнес-хронику.

Определите, какие фразы соответствуют услышанной информации (вариант А), а какие не соответствуют (вариант Б).

Слушайте бизнес-хронику первый раз.

Туроператоры запускают акцию раннего бронирования на Кипр, а также информируют о снижении цен на туры в эту страну.

Как отметил представитель компании «Интурист», «Кипр, как направление, всегда был дороже Турции, но найти выгодное предложение можно на этапе раннего бронирования, когда действуют скидки от 5 до 25% в зависимости от отеля. Кроме того, чартерная перевозка также позволит снизить общий уровень цен на пакет на 15-20%».

О выходе Кипра в число самых востребованных направлений сообщили и в компании TEZ Tour, подчеркнув, что это направление занимает третье место по спросу на предстоящий летний сезон. Компания TEZ Tour анонсировала ежедневные вылеты из Москвы, но остальные регионы еще находятся на рассмотрении. Окончательная картина будет понятна после того, как летнее расписание представит основной партнер по перевозке - авиакомпания S7.

Слушайте бизнес-хронику второй раз.

Выполняйте задания (пауза 30 сек.)

Конец задания.



ГОВОРЕНИЕ

*Время выполнения – 20 минут.
Время на подготовку – 20 минут.*

БИЛЕТ 1.

Кандидат 1

Инструкция

Тест состоит из **трёх заданий** (ответов на вопросы экзаменатора, диалога и монолога).

В **Задании 1** Вам предлагается ответить на вопросы экзаменатора. Задание выполняется без подготовки.

В **Задании 2** – принять участие в диалоге с партнёром.

В **Задании 3** – составить монолог по предложенной ситуации и программе.

Перед выполнением заданий прочитайте описание ситуации.

Внимание! При выполнении теста пользоваться словарём нельзя!

Задание 1. Ответьте на вопросы экзаменатора.

1. Как Вас зовут?
2. Сколько Вам лет?
3. Из какой Вы страны?
4. Сколько времени Вы изучаете русский язык?
5. Как Вы считаете, программа лояльности всегда помогает увеличивать число постоянных клиентов в турфирме? Почему?
6. Что, по Вашему мнению, является самым важным в переговорном процессе с деловым партнёром? Почему?
7. Какой вид туризма наиболее популярен в Вашей стране: внутренний или выездной? Как Вы думаете, почему?
8. Должен ли человек, работающий в туристической компании, иметь специальное образование? Почему Вы так считаете?
9. Что, по Вашему мнению, выгоднее, рациональнее для туроператора: создавать сеть уполномоченных агентств или иметь агентскую сеть под маркой своей компании? Почему?

Задание 2. Примите участие в диалоге.

Ситуация. Вы – иностранный топ-менеджер. Вы участвуете в тренинге для руководителей и менеджеров по персоналу на тему «Продвижения туруслуг в Интернете».

(Разговор начинаете Вы).

Программа речевого поведения:

1. Представьтесь.
2. Охарактеризуйте Вашу турфирму, в частности, спектр её услуг.
3. Поделитесь мнением, какие плюсы и какие минусы Вы видите в онлайн-бронировании.
4. Расскажите, какие способы продвижения услуг в Интернете оказались наиболее действенными для Вашей фирмы.
5. Предложите проблемы для обсуждения с коллегами в ходе тренинга.



Задание 3. Выступите на рабочем совещании.

Ситуация. Ваша компания собирается развивать туризм в России, и с этой целью она заключила договор с российской сетью отелей. Вам поручили выступить на рабочем совещании с участием российской стороны и рассказать об итогах переговоров. В своём рассказе используйте программу речевого поведения и дополнительные материалы.

Программа речевого поведения:

1. Обратитесь к присутствующим.
2. Выразите желание сказать несколько слов о состоявшихся переговорах.
3. Сообщите, с кем, когда и на какой срок Вы подписали этот договор.
4. Скажите, почему Ваша компания выбрала именно эту сеть отелей (расскажите о её преимуществах: месторасположение отелей, категория, номерной фонд, система бронирования и т.п.).
5. Расскажите о предложениях Вашей фирмы (виды туров, организация туров, количество участников туров и т.п.).
6. Сообщите, как прошли переговоры.
7. Сообщите о начале работы по контракту (когда Вы планируете отправить в Россию первых туристов).
8. Выразите надежду на плодотворное сотрудничество.
9. Поблагодарите за внимание.

Компания «Гранд Отель» Крупнейшая отельная сеть в России Девиз – «Гость прежде всего!»

О компании

30 отелей в городах России
Один из самых растущих и развивающихся российских брендов
Высокий и средний ценовой сегмент



ОТЕЛИ

«Гранд Империял» (Москва, Санкт-Петербург) – 5*, 4*
Бутик-отель «Гранд» (Петрозаводск, Карелия) – 3*
«Гранд-отель Казань» (Казань) – 4*
«Гранд Байкал» (Иркутск) – 5*, 4*, 3*
«Гранд Заря» (Мурманск, Архангельск) – 4*, 3*
«Гранд Алтай» (Горноалтайск) – 5*, 4*, 3*
«Гранд-отель Жемчужина» (Сочи) – 5*, 4*
«Гранд –отель Саха» (Якутск) – 5*, 4*, 3*



Номерной фонд

ОТЕЛИ 3* (30 номеров)

ЭКОНОМ-КЛАСС (одноместный, двухместный, трёхместный, четырёхместный)
ПОЛУЛЮКС
ЛЮКС

ОТЕЛИ 4* (25 номеров)

ЭКОНОМ-КЛАСС (одноместный, двухместный, трёхместный)
ПОЛУЛЮКС
ЛЮКС
ЛЮКС СТУДИО



ОТЕЛИ 5* (25 номеров)

ЭКОНОМ-КЛАСС (одноместный, двухместный, трёхместный)

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКИЙ НОМЕР ДЕЛЮКС

ПОЛУЛЮКС

ЛЮКС

ЛЮКС СТУДИО

Все номера комфортные, учитывают потребности современных гостей!

В каждом номере:

- удобные кровати
- душ с эффектом «дождя»
- комфортная рабочая зона
- сейф

Система бронирования через туроператора

1. Минимальные сроки бронирования – **2 недели**.
2. Предоплата – **25 %**.
3. Скидки при бронировании за полгода до **7 %**.
4. Бронирование трансферов.
5. Бронирование дополнительных услуг.

Преимущества

1. Месторасположение - центр города.
2. Скидки для групповых заездов – до 5 %.
3. Лаконичный дизайн номеров.
4. Номера оборудованы всем необходимым для комфортного отдыха.
5. Бесплатный WI-FI и проводной Интернет.
6. Высокий уровень сервиса.
7. Широкий спектр услуг.
8. Программа лояльности для постоянных клиентов.
9. Качественное питание. Меню «на вынос».



ГОВОРЕНИЕ

*Время выполнения – 20 минут.
Время на подготовку – 20 минут.*

БИЛЕТ 1.

Кандидат 2

Инструкция

Тест состоит из **трёх заданий** (ответов на вопросы экзаменатора, диалога и монолога).

В **Задании 1** Вам предлагается ответить на вопросы экзаменатора. Задание выполняется без подготовки.

В **Задании 2** – принять участие в диалоге с партнёром.

В **Задании 3** – составить монолог по предложенной ситуации и программе.

Перед выполнением заданий прочитайте описание ситуации.

Внимание! При выполнении теста пользоваться словарём нельзя!

Задание 1. Ответьте на вопросы.

1. Как Вас зовут?
2. Сколько Вам лет?
3. Из какой Вы страны?
4. Сколько времени Вы изучаете русский язык?
5. Как Вы считаете, программа лояльности всегда помогает увеличивать число постоянных клиентов в турфирме? Почему?
6. Что, по Вашему мнению, является самым важным в переговорном процессе с деловым партнёром? Почему?
7. Какой вид туризма наиболее популярен в Вашей стране: внутренний или выездной? Как Вы думаете, почему?
8. Должен ли человек, работающий в туристической компании, иметь специальное образование? Почему Вы так считаете?
9. Что, по Вашему мнению, выгоднее, рациональнее для туроператора: создавать сеть уполномоченных агентств или иметь агентскую сеть под маркой своей компании? Почему?

Задание 2. Примите участие в диалоге.

Ситуация. Вы – иностранный топ-менеджер. Вы участвуете в тренинге для руководителей и менеджеров по персоналу на тему «Продвижения туруслуг в Интернете».

(Разговор начинает Ваш партнёр).

Ваша программа речевого поведения

1. Представьтесь.
2. Охарактеризуйте Вашу турфирму, в частности, спектр её услуг.
3. Поделитесь мнением, какие плюсы и какие минусы Вы видите в онлайн-бронировании.
4. Сравните способы продвижения услуг в Интернете, используемые Вашей фирмой, с теми, о которых говорил коллега.
5. Дополните предложения Вашего коллеги о проблемах, которые стоит обсудить во время тренинга.



Задание 3.

Ситуация. Выступите на совещании. Ваша компания собирается развивать туризм в России, и с этой целью она заключила договор с российской туристической компанией. Вам поручили выступить на рабочем совещании с участием российской стороны и рассказать об итогах переговоров.

В своём рассказе используйте программу речевого поведения и дополнительные материалы.

Программа речевого поведения:

1. Обратитесь к присутствующим.
2. Выразите желание сказать несколько слов о состоявшихся переговорах.
3. Сообщите, с кем, когда и на какой срок Вы подписали этот договор.
4. Скажите, почему ваша компания выбрала именно с этим российским туроператором (расскажите об этой компании, её преимуществах).
5. Расскажите о предложениях Вашей фирмы (виды туров, организация туров, количество участников туров и т.п.).
6. Сообщите, как прошли переговоры.
7. Расскажите о туре, который Вы планируете организовать с партнёром в ближайшее время в Россию (маршрут, сроки, количество участников тура).
8. Выразите надежду на плодотворное сотрудничество.
9. Поблагодарите за внимание.

PEGAS TOURISTIK – один из лидеров российского рынка путешествий и туризма.



О компании

Год основания – **1994**.

Штаб-квартира – в Москве.

60 офисов в регионах России.

Представительства – Белоруссия, Грузия, Казахстан, Турция, ОАЭ, Египет, Таиланд, Китай, Израиль.

Крупнейший туроператор по России, Турции, Египту, Тунису, Греции, Таиланду, Китаю, Испании, Болгарии, Кипру, Кубе, Мексике, Израилю и др. странам.

Выездной туризм – 40 %

Внутренний туризм – 40 %

Въездной туризм – 20 %

Туры по России для иностранных туристов:

- 150 маршрутов по России: Камчатка, Алтай, Байкал, Дальний Восток, Якутия, Крайний Север, Карелия;
- объекты всемирного наследия ЮНЕСКО, самые красивые горы, озера и реки, северное сияние, белые медведи, вулканы;
- индивидуальные, групповые туры, VIP-туры, экспедиционные круизы, корпоративные поездки, экологический туризм, лечебно-оздоровительный туризм, комбинированные туры, этнотуры, экскурсионные программы.



Работа с клиентами

Девиз – «Выполним любой каприз!»

1. Обширная информационная база по каждому туру (брошюры, видеоролики, буклеты на русском и английском языках, фотоматериалы).
2. Подбор маршрутов и авиабилетов с учётом пожеланий клиента.
3. Бронирование отелей и авиабилетов.
4. Организация трансферов.
5. Дополнительные услуги (например, билеты на спортивные мероприятия).
6. Отслеживание накопленных бонусов от авиакомпаний.
7. Разработка сложных маршрутов с удобными стыковками рейсов.
8. Профессиональные, аккредитованные гиды.

Преимущества компании

1. Профессионализм сотрудников.
2. Высококачественное обслуживание.
3. Рекламные акции (например, «В пятницу – подарок! Забронируй тур в пятницу и получи подарок!»).
4. Гибкая система скидок.
5. Обработка запросов в кратчайшие сроки.
6. Круглосуточная связь с заказчиком.
7. Подбор оптимальных тарифов для перелётов.
8. Система лояльности для постоянных клиентов.