

**Приложение 2 к РПД**  
**Технологии организации видов туризма**  
**43.03.02 Туризм**  
**Направленность (профиль) Технология и**  
**организация туроператорской и турагентской**  
**деятельности**  
**Форма обучения – очная**  
**Год набора - 2022**

**ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**  
**ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

**1. Общие сведения**

1.	Кафедра	Сервиса и туризма
2.	Направление подготовки	43.03.02 Туризм
3.	Направленность (профиль)	Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности
4.	Дисциплина	Технологии организации видов туризма
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

**2. Перечень компетенций**

УК-8 - Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
ПК-3 - Способен разрабатывать перспективные решения для развития туристских территорий
ПК-4 - Способен применять технологии креативных индустрий для реализации задач туристско-экскурсионной деятельности

**3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования**

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
Раздел 1. Технологии внутреннего, въездного и выездного туризма	УК-8, ПК-3, ПК-4	Специфику туристско-рекреационных потребностей, влияющих на рост разнообразия туристской практики	Оценивать спрос и предложения для различных видов туризма	Навыки мониторинга туристского рынка	Доклады (рефераты), оценка заданий СРС, терминологический диктант
Раздел 2. Технологии разработки туристского продукта	УК-8, ПК-3, ПК-4	Технологии разработки туристского продукта	Оформлять документацию туристского продукта	Навыками исследования жизненного цикла туристских продуктов	Доклады (рефераты), оценка заданий СРС, терминологический диктант

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций:**

### **ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ**

**Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):**

Процент правильных ответов	50-60	61-70	71-80	81-90	91-100
Количество баллов за результаты	1	2	3	4	5

### **БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ**

**Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):**

Процент правильных ответов	50-60	61-70	71-80	81-90	91-100
Количество баллов за результаты	5	6	7	8	9 (10)

### **ЗАДАНИЕ 3. Кейс: «Модель турпродукта»**

**Критерии оценивания:** способность к обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов

**Шкала оценки выполнения задания:**

Соответствие концепции продукта целевой установки тура	1-4 балла
Соответствие требованиям стандарта проектирования тура	1-6 балл
Владение информацией по дестинации	1-4 балла
Всего баллов	До 14 баллов

### **ЗАДАНИЕ 4. Кейс: «Анализ программы обслуживания»**

**Критерий оценивания** способность использовать нормативные документы по качеству турпродукта

**Шкала оценки выполнения задания:**

Соответствие модели стандарту проектирования турпродукта	1-2 балла
Точное выделение элементов тура и этапов обслуживания	1-4 балла
Рациональные критерии оценки (имеют количественные показатели, нет затруднений в получении данных для выработки оценки)	1-3 балла
Предложен алгоритм оценки программы обслуживания	1-4 балла
Всего	До 14 баллов

### **ЗАДАНИЕ 5. Доклады**

**Критерии оценки выполнения задания:**

самостоятельное исследование (разработана программа, результаты, презентация)	10 баллов
актуальность источников доклада	1 балл
логика изложения	1 балл
оформление	1 балл
обоснованность выводов, потенциал дальнейшего исследования	2 балла
Всего баллов	До 15

### **ЗАДАНИЕ 6.**

**Презентация доклада (выступления), исследования**

**Критерии оценки выполнения задания:**

Структура презентации	Максимальное количество баллов
-----------------------	--------------------------------

<b>Содержание</b>	
Сформулирована цель, проблема работы	1
Информация изложена полно и четко	1
Использованы самостоятельно разработанные блок-схемы, диаграммы, мемокарты	3
Сделаны выводы, определена практическая значимость, перспективность исследования	2
<b>Оформление презентации</b>	
Единый стиль оформления	1
Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	1
<b>Эффект презентации</b>	
Презентация позволяет включить ее в образовательный контент	1
<b>Мак количество баллов</b>	<b>10</b>

### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТА НА ЗАЧЕТЕ**

(1 вопрос - 20 баллов; 2 вопрос - 20 баллов)

Ответ студента на зачете оценивается баллами, которые в совокупности с набранными в течение семестра позволяют выставить оценку «зачтено» (61 и более баллов) в соответствии со следующими критериями:

Студент

- владеет профессиональной терминологией, четко интерпретирует информацию;
- аргументированно делает выводы по излагаемым вопросам;
- умеет разрабатывать концепцию тура и программу обслуживания турпродукта;
- проявляет уверенные знания характеристиках потребителей разных видах туризма.

### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТА НА ЭКЗАМЕНЕ**

(1 вопрос - 20 баллов; 2 вопрос - 20 баллов)

Ответ студента на экзамене оценивается оценками баллами, которые в совокупности с набранными в течение семестра позволяют выставить оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» в соответствии со следующими критериями:

Уровень (баллы по двум вопросам)	Результаты ответов на экзамене	Оценка
24-31 баллов	ответ является истинным по содержанию, построен на знаниях требований к алгоритму и документированию разработки турпродукта верно даны определения терминов и понятий	удовлетворительно
32-35 баллов	ответ является истинным, студент хорошо ориентируется в технологиях, которые необходимы для проектирования туристского продукта; студент владеет знаниями о принципах и задачах стандартизации в туризме	хорошо
36-40 баллов	ответ является истинным, опирается на существующие стандарты сферы туризма ответ развернутый, соответствует логике изложения, где представлены точные определения, обоснованные суждения о системе качества турпродукта дополнительные вопросы не вызывают затруднения, ответы на них показывают способность к профессиональному диалогу;	отлично

	самостоятельные суждения конструктивны, ориентированы на результативные решения; студент владеет навыком формулирования проблем и критериев результата их решения	
--	---	--

*Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы*

## ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ

**Заказчик** - предприятие или гражданин-предприниматель, обеспечивающий финансирование проекта туристской услуги.

**Исполнитель туристской услуги** - предприятие, организация, учреждение или гражданин-предприниматель, оказывающие туристскую услугу.

**Описание туристской услуги** - информация об основных характеристиках туристской услуги и условиях обслуживания.

**Пакетный тур** – тур, в который включены все виды туристского сервиса: передвижение, проживание, питание и пр.

**Потребитель услуги** - получатель услуги (турист, экскурсант, предприятие).

**Программа обслуживания туристов** - перечень услуг, достопримечательных объектов и досуговых событий, предоставляемых туристам в определенной последовательности, времени, месте и условиях обслуживания.

**Путешествие** – поездка, предпринимаемая с мотивированной целью, не всегда коммерчески обоснованной, и нередко организованная самостоятельно, вне туристского бизнеса.

**Разработчик** - предприятие или гражданин-предприниматель, осуществляющий разработку проекта туристской услуги.

**Рекреационная емкость (территории)** – это количество людей в единицу времени, приходящееся на единицу площади территории, в пределах которой возможно удовлетворение рекреационных потребностей человека (Коростелев Е. М.).

**Сетевой отель** – отель, который входит в "цепочку" отелей в других местностях, объединенных единым менеджментом и стандартами сервиса.

**Технологическая карта туристского путешествия** - технологический документ, определяющий содержание программы и условий обслуживания туристов на конкретном маршруте.

**Тур** - набор туристских услуг с конкретными сроками начала и окончания исполнения, реализуемый оптовому или розничному потребителю. В проектировании туристского путешествия тур имеет значение проектировочного модуля.

**Туристская услуга** - результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов

**Туристский пакет** – сочетание разных видов сервиса в единый туристский продукт, который является товаром в коммерческом туризме.

**Туристский ресурс (потенциал)** – набор и сочетание привлекательных качеств, объектов, условий определенной местности или события, которые могут стать основанием для создания специального тура.

**Услуга** – часть сервисной деятельности, предназначенная для удовлетворения каких-либо запросов потребителя.

**Экскурсия** – кратковременное посещение достопримечательности или маршрута с туристской мотивацией.

## БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ

1. Совокупность установленных производителем и/или санкционированных государством норм и правил, соблюдение которых обеспечивает безопасность жизни и здоровья, сохранение имущественных интересов и моральных ценностей человека

- а. + права потребителей
- б. модель организации производства услуги
- в. гарантии предоставления услуги
- г. принципы системы качества

2. Совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя

- а. + качество
- б. аттрактивность
- в. оценка
- г. эффективность

3. Понятие «воспринятое качество» определяется:

- а. + как соотношение ожиданий потребителя и восприятия полученной услуги;
- б. как исполнение договорных обязательств;
- в. как понимание персоналом своей ответственности за качество услуги;
- г. как улучшение качества одной услуги за счет предоставление «пакета» услуг.

4. Гарантии предприятия сферы туризма выступают как:

- а. + маркетинговый инструмент
- б. защита от претензий потребителя
- в. + инструмент поддержания приверженности клиентов фирме
- г. обязательства перед страховой фирмой

5. Петля качества - это:

- а. + Модель организации производства услуги;
- б. Опросный лист потребителя услуги;
- в. Название программного обеспечения тестирования услуги;
- г. Заключительный документ (акт) проверки предприятия сервиса.

6. главная детерминанта в формировании турпродукта дестинации

природно-климатические условия  
целевая туристская инфраструктура  
+ мотивация потребителей  
туристская политика региона

7. Жизненный цикл турпродукта

- а. совпадает с жизненным циклом дестинации
- б. + не совпадает с жизненным циклом дестинации

8. Показатели качества услуги

- а. + функционального назначения
- б. + социального назначения
- в. + эргономические показатели
- г. экономические показатели
- д. статистические показатели
- е. показатели сегментации

9. Показатели качества услуги

- а. + показатели безопасности
- б. + патентно – правовые показатели
- в. + показатели стандартизованности
- г. показатели спроса
- д. ценовые показатели
- е. показатели конкурентности

10. Ресурсы улучшения туристского продукта

- а. + Устойчивая обратная связь с потребителем
- б. + Конкуренция
- в. + Повышение квалификации сотрудников
- г. Устойчивый спрос на турпродукт
- д. Получение авторского свидетельства на турпродукт
- е. Реализация эффективной рекламной кампании

11. Спрос на турпродукты характеризуется

- а. + Эластичностью
- б. + Замещаемостью
- в. Рациональностью выбора
- г. Зависимостью от наличия сертификата качества

12. Сегментация предложения турпродукта

- а. + обеспечивает быстрые темпы продаж турпродукта
- б. + снижает риски работы турфирмы
- в. ведет к повышению затрат на рекламную продукцию
- г. изменяет технологии работы в паре «агент – оператор»

13. фирма-турагент отказывается предоставить информацию о компании-туроператоре, которая предоставляет услуги за рубежом. Правомерно ли это?

- а. да, это может быть коммерческой тайной
- б. + нет, это обязательная информация для туриста
- в. да, так как могут быть изменения в системе оказания услуг оплаченного тура

14. При реализации фирма должна предоставить информацию о турпродукте, которая указана

- а. + В ГОСТе
- б. В Правилах реализации турпродукта
- в. В собственных корпоративных регламентах работы с клиентами
- г. Информация предоставляется неформально в произвольном объеме

15. Требования к брендовым турпродуктам дестинации

- а. + Аутентичность
- б. + Уникальность
- в. + Специализация кадров
- г. Соответствие тенденциям развития туризма
- д. Включенность в другие турпродукты дестинации
- е. Поддержка регионального бюджета

16. Международные стандарты являются

- а. обязательным документом для исполнения в любой стране
- б. обязательным документов для исполнения в странах, которые подписали соглашения о стандартизации
- в. обязательными для коммерческих фирм, а не для государств

г. + необязательными для всех участников международных отношений

17. Применение международного стандарта посредством другого нормативного документа, в котором этот стандарт был принят, называется

- а. иерархичным
- б. + косвенным
- в. аналогичным
- г. последовательным
- д. синхронизированным

18. Выделите обозначения, связанные с международными стандартами

- а. + ISO
- б. + NEQ
- в. GATT
- г. UNWTO

19. Международная организация по стандартизации качества создана под эгидой

- а. ЮНЕСКО
- б. СССР
- в. + ООН
- г. ВТО

20. В систему международной стандартизации входит принцип

- а. + обеспечения условий для единообразного применения стандартов
- б. модернизации стандартов с учетом рыночной конъюнктуры
- в. доступности терминологии
- г. перевод оценочных действий в электронную среду

### **ЗАДАНИЕ 3. Кейс: «Модель турпродукта»**

**Цель** – выявить способность анализировать туристские ресурсы, сформировать предложение туристского продукта в соответствии с требованиями потенциального потребителя и (или) туриста

**Дано:** Горнолыжные курорты Большого Сочи проводят презентацию новых и реновированных отелей кластера. Фирма-оператор получает возможность выбрать несколько отелей из предложенных (размещение 50% от базовой стоимости; семинары, завтрак, ланч и внутренний трансфер за счет принимающей стороны)

**Задание:** составить модель программы 7-дневного рекламного тура, с учетом целей поездки.

### **ЗАДАНИЕ 4. Кейс: «Анализ программы обслуживания»**

**Цель** – выявить способность использовать нормативные документы по качеству турпродукта

**Задание:** провести анализ программы обслуживания разработанного турпродукта.

**Дано:** к летним каникулам студентам планируется предложить новый образовательный тур на Мальту для кратковременной интенсивной подготовки и сдачи экзамена по английскому языку на международный сертификат и разнообразной культурной программой. Программа тура - 14 дней (обучение и организованный досуг).

**Задание** составить программу оценки турпродукта.

Таблица 1.

Элемент тура	Сервисное действие (услуга)	Критерий оценки	Оценка	Примечание (если необходимо)

Таблица 2.

Этап обслуживания	Сервисное действие (услуга)	Критерий оценки	Оценка	Примечание (если необходимо)

### **ЗАДАНИЕ 5. Примерные темы докладов (дополнительные задания):**

1. Цели и задачи развития технологических компетенций специалиста индустрии туризма.
2. Разработка программы обучения сотрудников фирмы новым технологиям работы.
3. Источники данных для развития работы фирмы: проблемы поиска, формализации и интерпретации.
4. Цели и задачи стандартизации при формировании туристских продуктов.
5. Тенденции изменения требований к технологиям работы туристских фирм.
6. Роль стандартизации в развитии международного сотрудничества в сфере туризма.
7. Система добровольной сертификации и разработка декларации соответствия в развитии деятельности туристской фирмы.
8. Технологии разработки и проведения специализированного тура (на примере).
9. Технологии детского туризма.
10. Технологии массовых туров выездного туризма (на примере...).

### **ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ**

1. Тенденции экспорта и импорта туристских услуг в современном мире.
2. Технологии оценки потенциала туристских регионов мира как доноров и реципиентов для российского международного туризма.
3. Факторы, стимулирующие и сдерживающие рост въездного и выездного туризма России.
4. Государственная поддержка внутреннего и въездного туризма России
5. Международное сотрудничество, ориентированное на развитие туризма российских территорий.
6. Значение поддержки внутреннего и въездного туризма для развития экономики, культурных связей и деловых отношений.
7. Национальный туристский продукт как объект исследования, разработки и реализации.
8. Инфраструктура туристской отрасли России и ее потенциал в развитии национального туристского продукта.
9. Политика импортозамещения в системе задач регулирования туристской деятельности.
10. Технологии организации и поддержки самодеятельного (спортивного) туризма.
11. Оценка качества и конкурентоспособности российских туристских продуктов.
12. Национальные конкурсы, выставочные и мультимедийные проекты поддержки внутреннего и въездного туризма России.
13. Туристские формальности въездного туризма.
14. Технологии сопровождения групп иностранных туристов
15. Спрос и предложение на рынке выездного туризма
16. Технологии поддержки туристов за рубежом.
17. Конкуренция организованных и самостоятельных путешествий.
18. Турпродукт как объект исследования и проектирования.
19. Внешние и внутренние факторы, стимулирующие создание нового туристского продукта.
20. Принципы и правила разработки турпродукта.

21. Алгоритм разработки туристского продукта (общий подход).
22. Идеальный турпродукт и оптимальный турпродукт.
23. Концепция турпродукта: описание потребительских ценностей и преимуществ турпродукта.
24. Типология услуг в турпродукте.
25. Маршрут как объект проектирования, характеристики маршрута.
26. Интегральная ценность туристского продукта
27. Анализ конкурентоспособности турпродукта.
28. Цели и технологии апробации турпродукта.
29. Правовые основы документирования турпродукта.
30. Состав документов при проектировании турпродукта.

## **ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ**

1. История формирования международных стандартов в туризме
2. История Международной организации по стандартизации.
3. Международные стандарты о классификации показателей качества услуг.
4. Принципы универсального управления качеством.
5. Международные стандарты группы ИСО 9000.
6. Модель управления качеством услуг.
7. Роль государственных стандартов в системе нормативно-правовых документов Российской Федерации.
8. Модель оценки качества туристского продукта.
9. Идентификация качества услуг, составляющих турпродукт.
10. Методы контроля качества: визуальный, инструментальный, социологический, аналитический.
11. «Петля качества» стандартов ИСО 9000 применительно к турпродукту.
12. Управление качеством туристских услуг на этапах жизненного цикла туристского продукта.
13. Гарантии туристского продукта.
14. Специфика детского туризма как объекта проектирования, обеспечения качества и безопасности.
15. Типология турпродуктов в детском туризме (рекреационные, спортивные, экскурсионные).
16. Обзор туристских центров и турпродуктов в детском туризме.
17. Нормативно-правовое регулирование детского туризма.
18. Государственные стандарты в сфере детского туризма.
19. Проектирование маршрута для детской группы.
20. Сервисные программы детского туризма.
21. Технологии обеспечения безопасности детских групп (проектирование, обеспечение, сопровождение, информирование).
22. Формальности в организации поездки ребенка, детской группы.
23. Требования к персоналу в детском туризме.
24. Сущность и объекты сертификации в туризме.
25. Преимущества турпредприятий, прошедших процедуру сертификации.
26. Пакет документов для сертификации.
27. Схема сертификации туристских услуг и туристской фирмы.
28. Схема сертификации персонала.
29. Схема сертификации фирмы.
30. Декларация качества турпредприятия.