

**Приложение 2 к РПД**  
**Б1.В.ДВ.06.02 Гастрономический туризм**  
**43.03.01 Сервис, направленность (профиль)**  
**Сервис индустрии гостеприимства и**  
**общественного питания**  
**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	43.03.01 Сервис
3.	Направленность (профиль)	Сервис индустрии гостеприимства и общественного питания
4.	Дисциплина	Гастрономический туризм
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

### 2. Перечень компетенций

ПК-3 Способен применять технологии креативных индустрий в сервисной 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. Культура питания как объект туристского интереса	ПК-3	Характеристики туризма как составной части креативных индустрий	проводить поиск актуальной информации в сегменте спроса на разные виды питания и связанные с ними досуговые программы	методами исследования запросов потребителей в сегменте гастрономического туризма	Доклады (презентация), оценка заданий СРС, кейс, терминологический диктант
Раздел 2. Организация гастрономических программ	ПК-3	Структуру турпродукта (основные и дополнительные услуги)  принципы продвижения специализированных туристских продуктов	Разрабатывать сервисные решения в русле экономики впечатлений  обосновывать потребительскую ценность сервисных продуктов в гастрономическом туризме	технологиями разработки идей для формирования добавленной стоимости услуг питания в туризме  методами продвижения компетенций фирмы в гастрономическом туризме	Доклады (презентация), оценка заданий СРС, кейс, бланковый тест

## 4 Критерии и шкалы оценивания

### Задание 1. 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	1	2	3	6	10

**Ключ к тесту**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
АБВ	А	Б	ВГД	Б	Б	В	Б	Б	В

### ЗАДАНИЕ 2. (кейс) «Арктический завтрак в отеле»

**Критерии оценки выполнения задания:**

- Навык составления обоснования для организации тематического гастрономического продукта;
- Знание специфики региональной кухни.

#### Шкала оценивания

Обоснование составлено как мнение	1-2 балла
Обоснование составлено на основе «портрета гостя» отеля	3-5 баллов
Обоснование учитывает задачи брендинга отеля	6-15 баллов
Всего баллов	До 15 баллов

### ЗАДАНИЕ 3. (кейс) «Контент-план гастрономической программы»

**Критерии оценки выполнения задания:**

- умение подбирать различные материалы для программы продвижения;
- умение оценивать интерес потребителей к гастрономической теме

#### Шкала оценивания

Предложены однотипные информационные блоки	1-4 балла
Предложены различные информационные решения гастрономической тематики	5-9 баллов
Предложена сбалансированная программа, где гастрономическая тематика сочетается с другой маркетинговой информацией	10-15 баллов
Всего баллов	До 15 баллов

### ЗАДАНИЕ 4. Доклады

**Критерии оценки выполнения задания:**

самостоятельное исследование (разработана программа, результаты, презентация)	5 баллов
актуальность источников доклада	1 балл
логика изложения	1 балл
оформление	1 балл
обоснованность выводов, потенциал дальнейшего исследования	2 балла
Всего баллов	До 10

### ЗАДАНИЕ 5.

**Презентация доклада (выступления), исследования**

**Критерии оценки выполнения задания:**

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

<b>Структура презентации</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
<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>Мах количество баллов</b>	<b>10</b>

### **Критерии оценки ответа на зачете**

Ответ студента на зачете оценивается баллами (1 вопрос - 20 баллов; 2 вопрос - 20 баллов), которые в совокупности с набранными в течение семестра позволяют выставить оценку «зачтено» (61 и более баллов) в соответствии со следующими критериями:

Студент

- владеет понятиями, раскрывающими тему «гастрономический туризм» и «турпродукт»;
- владеет методами анализа и отбора контента для продвижения продуктов гастрономического туризма;
- аргументированно делает выводы о потенциале гастрономических брендов и программ для развития территории, турпредприятия;
- приводит примеры успешных программ гастрономического туризма, практик работы предприятий питания, гостеприимства, туризма, креативных индустрий в сфере гастрономических впечатлений.

**5 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.**

#### **Задание 1. БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ**

##### **1. Гастрономические впечатления складываются на основании**

- а. (!) культурного образа блюда
- б. (!) органолептических свойств блюда
- в. (!) аутентичность заведения
- г. программы брендинга блюда
- д. опыта шеф-повара
- е. связи его с принципами ЗОЖ

**2. Туризм, связанный с культурой виноделия**

- а. (!) энотуризма
- б. этнотуризма
- в. велнес-туризм
- г. инсентив-туризм

**3. В Швеции «шведский стол» носит название**

- а. закусочный
- б. (!) бутербродный
- в. кофейный
- г. салатный

**4. Компоненты классической культуры питания**

- а. гастрономические фестивали
- б. гастрономический дизайн
- в. (!) кухня
- г. (!) мифы и традиции
- д. (!) праздничные церемонии
- е. художественные произведения о питании

**5. Тип гастрономического туризма, связанный с изучением технологии приготовления пищи**

- а. food-туризм
- б. (!) кулинарный
- в. ресторанный
- г. агротехнический

**6. Этот знаменитый путеводитель рассказывает о лучших ресторанах**

- а. бедекер
- б. (!) мишелин
- в. оранжевый гид
- г. lonely planet
- д. huck magazine

**7. На этом гастрономическом фестивале шеф-повара готовят одно рыбное и одно мясное блюдо за 5 часов**

- а. Flemish Food Fest
- б. Gelinaz!
- в. (!) Bocuse d'Or
- г. Taste of Chicago

**8. Этот фестиваль считается рекордсменом по числу участников**

- а. «Вкус Чикаго»
- б. (!) «Октоберфест»
- в. «Фестиваль шоколада в Перудже»
- г. Кулинарный фестиваль в Копенгагене

**9. При проектировании турпродукта было принято решение организовать «зеленый пикник» (закуски и напитки на берегу озера). В этом случае еда должна быть**

- а. домашнего приготовления для создания дружелюбной атмосферы пикника

- б. (!) куплена в официальной точке питания и упакована в ланч-боксы с маркировкой даты приготовления
- в. приготовлена непосредственно на месте (барбекю)
- г. взята туристами с собой самостоятельно

**10. При проведении гастрономического мастер-класса ключевым принципом является**

- а. вариативность предложенного питания с учетом предпочтений клиентов
- б. компоненты кулинарии должны отвечать принципам зож
- в. (!) санитарная безопасность
- г. соответствие культурным традициям местности

**ЗАДАНИЕ 2. (кейс) «Арктический завтрак в отеле»**

В ходе стратегии брендинга отеля и развития деловых связей с партнёрами принято решение об организации «арктического завтрака» – специального меню на основе местных специалитетов. В отеле большая часть клиентов – это гости сегмента делового туризма, в том числе и иностранные граждане. Также есть гости, которые останавливаются на 1-2 ночи перед экстремальными турами, другие сегменты не так четко выделены, но гости с разнообразными, слабо структурированными запросами есть в отеле всегда. Вместимость отеля 120 номеров, из них 65 номеров 2-х местные, 20 номеров – 3-х местные; 15 номеров – одноместные; 10 люксов (последние всегда заняты), 10 номеров – семейные (2 комнаты, где можно разместить не более 6 человек).

Задание: предложить универсальное и специализированное меню для «арктического» завтрака (включен в стоимость проживания).

**ЗАДАНИЕ 3. (кейс) «Контент-план гастрономической программы»**

В небольшом загородном отеле планируется проведение гастрономической тематической программы (рассчитана на 14 дней) – дегустации, гастрономические мастер-классы, миникурс по фуд-фотографии, гастрономические экскурсии. Необходимо не только привлечь клиентов на эту программу, но и усилить имидж отеля. Было принято решение о том, что будет приглашен специалист по контент-менеджменту для продвижения программы в социальных сетях и публикации информации на сайте отеля.

Составьте план выхода информации, которая будет привлекать внимание к мероприятию. Материалы должны быть опубликованы за 1 месяц до события, во время события, после события в течение 2 недель.

**ЗАДАНИЕ 4. Доклады и презентации.**

1. Гастрономическая история, события в художественной культуре прошлого и настоящего.
2. Гастрономический компонент креативных индустрий
3. Гастрономия как часть нематериального культурного наследия.
4. Гастрономическая география: страны, обладающие гастрономическими брендами.
5. Знаменитые гастрономические фестивали (на примере...)
6. Достопримечательности, связанные с темой гастрономии.
7. Экологический подход в гастрономическом туризме.
8. Праздничная культура и гастрономический туризм (рождественские, новогодние туры и др.).
9. Принципы проектирования гастрономического тура.
10. Фуд-фотография в структуре гастрономического туризма.

11. Подготовка гида-сопровождающего в гастрономическом туризме.
12. Партнерство турфирмы и ресторана в гастрономическом туризме.
13. Технологии продвижения гастрономических туров.
14. Детское питание в гастрономическом туре.
15. Медленный туризм и гастрономические впечатления.

## **ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ**

1. Культура питания как элемент культурно-исторического процесса.
2. Food studies как самостоятельная ветвь междисциплинарных исследований.
3. Дуальность питания: физиологический и культурный феномен.
4. Компоненты культуры питания: бытовые практики, мифы, традиции и церемонии, праздничная культура, гостеприимство.
5. Экстравертные факторы гастрономической культуры: общение, престиж, статус, самоидентификация.
6. Гастрономическая история, события в художественной культуре прошлого и настоящего.
7. Гастрономический компонент креативных индустрий.
8. История и современность народов мира как источник исследования культуры питания.
9. Факторы влияния, изменяющие культуру питания.
10. Методология исследования и описания культуры питания для формирования сервисных и туристских программ.
11. Гастрономия как часть нематериального культурного наследия.
12. Детское питание как культурный феномен.
13. Диеты в медицине и санаторно-курортной деятельности.
14. Феномен гастрономического впечатления: вкус, дизайн, церемонии.
15. Культурный компонент гастрономических впечатлений (исторические блюда, этнические блюда и др.).
16. Типология гастрономического туризма.
17. Структура и специфика турпродукта в гастрономическом туризме.
18. Потребительский запрос гастрономического туризма.
19. Типология событий гастрономического туризма.
20. Праздничная культура и гастрономический туризм (рождественские, новогодние туры и др.).
21. Гастрономический компонент турпродуктов разных видов туризма.
22. Гастрономические бренды в основе туризма.
23. Роль интерактивной составляющей в повышении привлекательности гастрономического тура.
24. Типология интерактивов гастрономического тура.
25. Показы и дегустации как организованная практика.