

Приложение 2 к РПД
МІСЕ-индустрия
43.03.01 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	МІСЕ-индустрия
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

2. Перечень компетенций

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

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 и компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
Раздел 1. Роль трэвел-услуг в международном бизнесе	УК-1; ПК-4	<p>Принципы и системные задачи деловых коммуникаций в сегменте B2B</p> <p>принципы анализа и обобщения разнотипных данных научного (базового) и рыночного (тактического) характера</p> <p>методы анализа рынка в сегменте MICE</p>	<p>Выстраивать управленческое решение на основе достоверных данных и задач развития партнёрских связей</p> <p>применять широкий круг знаний (кругозор) для обеспечения взаимовыгодного сотрудничества в деловом туризме</p>	<p>навыком выявления интересов деловых партнёров</p> <p>навыками использования опыта смежных отраслей в сфере креативных индустрий</p>	Терминологический диктант, ситуативные задачи, оценка докладов (сообщений)

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности и компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
Раздел 2. Проектирование сервисных продуктов в MICE	УК-1; ПК-4	<p>тренды креативных индустрий, влияющих на деловой туризм и выставочную деятельность</p> <p>принципы проектирования продуктов для MICE-туризма с учётом опыта креативных индустрий</p> <p>актуальные технологии и приёмы продвижения продуктов MICE в электронной и контактной среде</p>	<p>выявлять источники для комплексной оценки преимуществ логистической цепочки в турпродуктах MICE</p> <p>оценивать факторы, обеспечивающие инновации делового туризма</p> <p>выстраивать турпродукт на основе технологий экономики впечатлений и практики развития HR</p> <p>создавать варианты продукта для деловых путешествий и выставок с учётом интересов развития территорий</p>	<p>методами аргументации в обсуждении комплексного туристского продукта</p> <p>методами критического анализа и документирования процессов в деловом туризме</p> <p>технологиями оценки креативной составляющей и технологического качества турпродуктов для сферы MICE</p> <p>методами оценки развития бренда компаний и территорий на базе ресурсов MICE-индустрии</p>	Ситуативные задачи, бланочный тест, оценка докладов (сообщений)

4 Критерии и шкалы оценивания

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	1	2	3	4	5

ЗАДАНИЕ 3. (кейс) «Запрос на организацию деловой поездки»

Критерии и шкала оценки выполнения задания:

По запросу предложен один стандартный вариант тура	1-3 балла
Выполнен уточняющий запрос по предложенным минимальным характеристикам	4-10 баллов
Предложена расширенная программа деловой поездки	4-10 баллов
Всего баллов	До 10 баллов

ЗАДАНИЕ 4. (кейс) «Модель ин센див-тура»

Критерии и шкала оценки выполнения задания:

Предложенная модель имеет стандартный вид	1-3 балла
Предложена тематическая программа	4-16 баллов
Предложены несколько вариантов инсендив-тура	4-16 баллов
Всего баллов	До 16 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
Содержание	
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
Оформление презентации	
Единый стиль оформления	1
Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	1
Эффект презентации	
Презентация позволяет включить ее в образовательный контент	1
Мах количество баллов	10

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 проводит обоснование выводов по излагаемым вопросам;
- владеет знаниями о технологиях делового туризма, индустрии встреч.

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

Деловой туризм — туризм, основные цели которого связаны с профессиональными и коммерческими интересами туриста.

Трэвел-политика – концепция и программа рационализации деловых поездок фирмы.

ВТА (Business Travel Agency) – компания, специализирующаяся на деловом туризме

Very Important Passenger (очень важный пассажир (VIP)) - человек, которому предназначен особый сервис.

Брендинг в оформлении зада – использование корпоративных цветов, логотипов и других дизайнерских решений для усиления запоминаемости компании.

Дилерское мероприятие - событие, которое объединяют одинаковые цели – обмен информацией, анализ рынка, налаживание контактов, увеличение базы клиентов, презентация продукции и марки.

Европейский план - метод определения (назначения) цены за комнату, включающей только стоимость занятия комнаты (стоимость проживания).

Материальная база индустрии туризма - совокупность материальных и вещественных элементов производительных сил, используемых для производства услуг. Материальная база используется только туристам

ТМС (Travel Management Company) – компания, оказывающая услуги по организации путешествий разных типов

Трансфер - встреча или проводы в аэропорту (на вокзале).

ЗАДАНИЕ 2. БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ

Цель – выявить сформированность кругозора по изучаемому курсу.

1. Укажите факторы, стимулирующие развитие делового туризма

- а. диверсификация производств в индустриальных кластерах
- б. развитие транспортной системы
- в. специализация стран и регионов по отдельным видам индустрий
- г. конкуренция за лидерство в сегменте продаж

2. Функция контроля за реализацией турпродукта включает

- а. разработку параметров и сроков контроля
- б. мониторинг реализации турпродукта
- в. санкции за неисполнение отдельных услуг турпродукта
- г. подготовку гидов-сопровождающих для реализации турпродукта

3. При заключении договора туроператора с партнерами устанавливаются принципы

- а. имущественной ответственности
- б. самостоятельности участников договорных отношений
- в. приоритета интересов туриста
- г. приоритета стандартов качества

4. Характеристика трендов в туристской индустрии включает такие показатели как

- а. рост видов делового туризма
- б. рост спроса на туры «все включено»
- в. рост интереса к событийным турам
- г. снижение спроса на городские туры

- 5. Выбор поставщика услуг для турпродукта осуществляется на основе**
- а. оценки деловой репутации партнера
 - б. соответствии услуг запросам целевой группы турпродукта
 - в. правоспособность поставщика услуг
 - г. ценовой политики туроператора
 - д. отзывов о партнере в интернете
- 6. Договор о едином визовом и туристском пространстве принят**
- а. в Европейском Союзе
 - б. в странах БРИК
 - в. в Скандинавии
 - г. в СНГ
- 7. Сервисная служба, которая предоставляет информацию о местных туристических продуктах, достопримечательностях, мероприятиях, событиях дестинации**
- а. рецепшн гостиницы
 - б. туристско-информационный центр
 - в. ассоциация туроператоров
 - г. городская администрация
- 8. Коммерциализация туристского продукта построена**
- а. на стандартизации и мультипликации
 - б. на снижении стоимости на брендовые маршруты
 - в. на повышении стоимости брендовых туров
 - г. на формирование индивидуальных предложений
- 9. Организация, занимающаяся комплектацией туров и формированием комплекса услуг для туристов, продвижением и реализацией туров**
- а. турагент
 - б. meet-компания
 - в. туроператор
 - г. Ростуризм
- 10. Вид туризма, входящий в структуру лояльности предприятия**
- а. инсентив-туризм
 - б. farm-туризм
 - в. рурал-туризм
 - г. джайлоо-туризм

ЗАДАНИЕ 3. Кейс: «Запрос на организацию деловой поездки»

Цель – выявить способность проектировать деловой тур по неполным данным

Дано: Корпорация «Флекстон» в рамках стратегии развития принимает у себя делегации на презентации инвест-проекта.

Задание: предложить программу пребывания гостей корпорации.

ЗАДАНИЕ 4. Кейс: «Модель инсентив-тура»

Цель – актуализировать проектные навыки на материалах делового туризма

Составить программу «Отдых+обучение» с выездом на 15 человек для Отделения Сбербанка. Обосновать бюджет турпродукта. Провести оценку его конкурентоспособности.

ЗАДАНИЕ 5.

Примерные темы докладов (дополнительные задания):

1. Значение делового туризма для развития региона.
2. Международные выставки и деловой туризм.
3. Гонконг – город деловых встреч.
4. Мастер-классы в деловом туризме.
5. Контроль качества в услугах MICE-индустрии.
6. Оптимизация бюджета деловых поездок корпорации.
7. Договорная работа в MICE-индустрии.
8. Сектор B2B в деловом туризме.
9. Требования к специалистам MICE-индустрии.
10. Международные выставочные события.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Вектор развития международного бизнеса, роль деловых коммуникаций в повышении конкурентоспособности бизнеса.
2. Факторы развития сферы деловых поездок в XXI веке.
3. Роль деловых встреч в эпоху цифровой индустрии.
4. Факторы роста сегмента корпоративных мероприятий как сферы индустрии делового туризма.
5. Специфика инсентив-туризма.
6. Страны – лидеры по организации MICE-мероприятий.
7. Влияние MICE-туризма на экономику стран, регионов и городов.
8. Конгрессно-выставочные кластеры.
9. Политика государств и регионов в развитии MICE-индустрии.
10. Выставка как событие в предпринимательстве и культурных индустриях.
11. Международные организации выставочной индустрии.
12. Проектирование выставки организаторами и участниками.
13. Организация поездок на выставочные мероприятия.
14. Менеджмент гостеприимства в период выставочных мероприятий.
15. Специфика экскурсионных услуг в период выставочных мероприятий.
16. Классификация конгрессных мероприятий.
17. Инфраструктура конгрессной индустрии.
18. Состав конгрессного мероприятия.
19. Рынок конгрессных услуг.
20. Информационные услуги конгрессных мероприятий.
21. Организация мастер-классов, бизнес-тренингов на конгрессе.
22. Пресс-тур: специфика организации.
23. Профессиональная подготовка в сегменте конгрессной деятельности, базовые трудовые функции.
24. Объемы и структура работ в организации MICE-события.
25. Предоставление комплексных услуг по организации бизнес-поездок (оформление авиационных и железнодорожных билетов, бронирование гостиниц, паспортно-визовое сопровождение, организация трансфертов, переводческие, кейтеринговые, охранные услуги).
26. Подготовка отчетности для клиентов по структуре и процедуре расходов в поездке.
27. Оптимизация корпоративного бюджета на бизнес-поездку (т.н. Expense Management).
28. Проблемы и возможности проектирования цепочки услуг в MICE-индустрии.

29. Стратегии трэвел-агентств в повышении конкурентоспособности на рынке деловых услуг.
30. Принципы разработки услуги и/или сервисной программы для MICE-индустрии.
31. Источники идей новых услуг и комбинированных программ в деловом туризме.
32. Запрос на услугу и техническое задание в практике проектирования.
33. Коммерческое предложение в деловом сотрудничестве.
34. Организация переговоров для согласования услуг и программ в MICE-событии.
35. Планирование работ предпроектной стадии.
36. Этапы и технологии проектирования сервисного сопровождения MICE-события.
37. Ошибки проектирования и ошибки презентации проекта.
38. Оценки проекта программы в MICE-индустрии.
39. Точки контроля реализации проекта.
40. Итоговая оценка сервисного сопровождения MICE-события.