

Приложение 2 к программе ГИА
43.03.02 Туризм
Направленность (профиль) Технология и
организация туроператорской и
турагентской деятельности
Форма обучения – очная
Год набора - 2022

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

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. | Форма обучения | Очная |
| 5. | Год набора | 2022 |

Перечень примерных вопросов к государственному экзамену

Макет экзаменационного билета

Кейсовые задания:

1. **Кейсовое задание:** Житель Санкт-Петербурга Русаков Никита Геннадьевич (14.03.1994 г.р.) обратился в турфирму Мурманска с просьбой организовать тематическую поездку по Кольскому полуострову на 5 дней. В группе едут Русакова Елена Геннадьевна (14.03.1994), Петров Игорь Данилович, муж Русаковой Е. Г. (01.07.1991), Епифанцева Дарина Константиновна (12.12.1997), Лепишев Иван Анатольевич (03.10.2000).

Понятийный аппарат: гид-сопровождающий, информационный листок к туру, трансфер, туристский маршрут, турпродукт

Задание:

1. Составить список уточняющих вопросов к заказчику (*список вопросов передать эксперту – получить ответы для работы*).
2. Разработать программу тура, сервис на маршруте от фирмы и от партнёров.

Вопросы Государственного итогового экзамена

Раздел 1. Современная индустрия туризма: организация и тенденции развития

1. Глобальные социально-экономические процессы, влияющие на состояние и динамику развития современного туризма.
2. Роль туристско-экскурсионной практики в развитии культуры и самоидентификации человека.
3. Принципы и программа страноведческого исследования в туризме.
4. Методология исследования и оценки туристских ресурсов территорий.
5. Особенности исследование городов в туристском страноведении.

6. Потенциал развития курортных регионов России.
7. Государственная поддержка внутреннего и въездного туризма России.
8. Правовое регулирование индустрии туризма в Российской Федерации.
9. Институт финансовых гарантий в туроператорском бизнесе.
10. Региональная политика развития туризма региона.
11. Создание и управление туристско-рекреационными кластерами.
12. Технологии оценки привлекательности туристских территорий.
13. Туристские формальности въездного и выездного туризма.
14. Предпринимательство в индустрии туроперейтинга.
15. Специфика работы туроператора по въездному туризму.
16. Специфика работы туроператора по выездному туризму.
17. Деятельность фирмы-турагента в индустрии современного туризма.
18. Организация размещения туристов.
19. Организация питания туристов.
20. Роль креативных индустрий в развитии туризма.
21. Выставочная деятельность в туризме.
22. Арктический туризм: особенности организации и тенденции развития.
23. Культурный туризм: история и современность.
24. Самодельный туризм: история и современное состояние.
25. Спортивный туризм: история и тенденции развития.

Раздел 2. Туристско-рекреационное проектирование

1. Проектный подход в решении задач туристской деятельности.
2. Туристско-рекреационное пространство как объект исследования и проектирования.
3. Экосистемный подход в туристско-рекреационном проектировании
4. Системный подход в оценке туристской инфраструктуры.
5. Оценка сети туристских маршрутов региона.
6. Проектирование искусственных аттракций в туризме.
7. Международные и национальные стандарты в индустрии туризма.
8. Управление качеством туристского продукта
9. Требования и технологии организации детского туризма.
10. Факторы, стимулирующие создание нового туристского продукта.
11. Алгоритм разработки туристского продукта (общий подход).
12. Исходные данные турпродукта (вид туризма, дестинация, тип предложения, целевая группа потенциальных туристов).
13. Проектирование маршрута в турпродукте.
14. Интегральная ценность туристского продукта.
15. Состав документов при проектировании турпродукта.
16. Сущность экскурсионного метода и типология экскурсий.
17. Технологии брендинга в управлении конкурентоспособностью туристских территорий.
18. Разработка программы продвижения туристского продукта.
19. Интерактивные программы в составе туристских продуктов.
20. Проектирование туров для лиц с особыми возможностями.
21. Ценообразование в проектировании турпродукта.
22. Ассортиментная политика туристской фирмы.
23. Исследование спроса в индустрии туризма.
24. Выбор страховых продуктов для тура.
25. Проектирование экскурсионных продуктов.

Раздел 3. Практические задания (примерные темы ситуационных задач))

1. Составить чек-лист оценки отеля
2. Составить калькуляцию тура на группу 15 туристов для поездки в с. Териберка (1 ночевка)
3. Составить модель программы тура по Золотому Кольцу
4. Составить описание целевой группы тура «Загадки Сейдозера»
5. Составить перечень каналов продвижения снегоходных туров Мурманской области
6. Составить программу визита и осмотра достопримечательностей Терского берега Мурманской области
7. Составить программу пребывания на 72 часа для иностранных туристов, прибывших на круизном лайнере в Мурманске
8. Бизнес-идея рекламного тура для партнеров турфирмы города Мурманска
9. Представить концепцию информационного буклета «Визит в Хибины»
10. Организация контактной зоны туристского агентства
11. Составить программу контрольных мероприятий качества обслуживания туристов на маршруте
12. Составить алгоритм работы с жалобой клиента
13. Представить рекомендации туристу для покупки и использованию страхового полиса
14. Провести консультацию для получения и использования Шенгенской визы
15. Провести консультацию по выбору категории гостиницы для семьи с двумя детьми дошкольного возраста
16. Описать профиль потребителя рыболовного тура
17. Сформулировать перечень обязанностей сервисного гида на маршруте
18. Сформулировать идеи рекламных акций на разных этапах жизненного цикла турпродукта
19. Описать успешный выставочный продукт туроператора
20. Представить модель экскурсии для клуба фотографов по г. Мурманску (другой город области по выбору)
21. Представить концепцию буклета «Событийный туризм Мурманской области»
22. Составить перечень объектов города Мурманска для тематической пешеходной экскурсии на 1 час
23. Перечислить ошибки работы турфирмы в социальных сетях
24. Сформулируйте рекомендации для проведения корпоративного семинара фирмы туроператора
25. На основании одного маршрута предложить несколько программ туров для разных целевых групп

Критерии и шкала оценивания государственного экзамена

В ходе государственного итогового экзамена оцениваются уровень сформированности компетенций, а также кругозор, отражающий широту представлений о тенденциях туристской индустрии и культуры путешествий.

Ответ студента на итоговом экзамене оценивается итоговой экзаменационной комиссией и квалифицируется оценками «удовлетворительно», «хорошо», «отлично» в соответствии со следующими критериями:

| Результаты освоения (критерии) | Оценка |
|---|-------------------|
| <p>ответ является истинным, построен на знаниях базового уровня общепрофессиональных и специальных дисциплин; верно даны определения терминов и понятий; в ответах представлено общее понимание правовых основ функционирования туризма; ответы декларативны, не имеют аргументов практического характера.</p> | удовлетворительно |
| <p>ответ является истинным, опирается на научно-методологическую базу современного туризма; аргументы ответа соответствует логике изложения, выводы носят самостоятельный характер; в ответах представлены верные ссылки на нормативно-правовые акты, регламентирующие туристскую индустрию; ответы отражают навык разработки туристских продуктов различного типа; ответы раскрывают понимание комплексных проектных практик в индустрии туризма, в том числе траекторий развития туристских территорий и культурных ландшафтов; неточности ответов устраняются в ходе дополнительных вопросов; студент проявляет готовность и интерес к профессиональному диалогу, дальнейшему развитию своих знаний.</p> | хорошо |
| <p>ответ является истинным, опирается на нормативные документы и научно-методологическую базу современной туристской деятельности; ответ развернутый, в аргументах представлены точные определения, научно-обоснованные суждения, межпредметные связи, самостоятельные выводы по излагаемым вопросам; в ответах представлен опыт участия в научных конференциях, проектах в сфере туризма, креативных индустрий; дополнительные вопросы не вызывают затруднения, ответы на них показывают способность к профессиональному диалогу; самостоятельные суждения конструктивны, ориентированы на решения высокой степени общественной полезности и экономически выгодны турфирме.</p> | отлично |

Итоговая оценка формируется на основании анализа ответов на вопросы билета и дополнительные вопросы членов государственной комиссии.

Неудовлетворительная оценка может быть получена если:

- ответы содержат принципиальные ошибки, не даны определения;
- один из вопросов билета остался без ответа;
- студент не может аргументировать ответ с точки зрения нормативно-правовых положений;
- дополнительные вопросы вызывают затруднения;
- у студента нет четкого понимания специфики сферы туризма, системы ответственности субъектов туристской индустрии за организацию путешествия и отдыха клиента.

В этом случае считается, что студент не овладел необходимыми знаниями и практическими компетенциями. Студент, получивший неудовлетворительную оценку на итоговом экзамене, не допускается до следующего этапа итоговой аттестации – защите выпускной квалификационной работы.

При выставлении оценки, особенно «неудовлетворительно», ГЭК объясняет студенту недостатки его ответа.

Пересдача государственного итогового экзамена с целью повышения положительной оценки не допускается.

Перечень примерных тем ВКР

Тема уточняется с учетом объекта исследования (места преддипломной практики)

1. Особенности развития военно-патриотического туризма Мурманской области
2. Специфика горнолыжного туризма в современной индустрии досуга.
3. Потенциал сети малобюджетных гостиниц в Мурманской области.
4. Перспективы развития конного туризма Мурманской области.
5. Формирование фирменного стиля туристского предприятия.
6. Организация обслуживания иностранных туристов.
7. Перспективы развития сельского туризма Терского берега.
8. Перспективы развития экологического туризма.
9. Проектирование программ и туристских продуктов в социальном туризме.
10. Детский туризм в Российской Федерации.
11. Развитие познавательной активности детей среднего школьного возраста средствами туризма.
12. Проектирование программ и туристских продуктов в агротуризме.
13. Проектирование программ и туристских продуктов в молодежном (студенческом) туризме.
14. Военно-патриотическая тематика в туристской деятельности.
15. Современное состояние и технологии делового туризма.
16. Современное состояние и перспективы развития образовательного туризма.
17. Работа туристической фирмы на рынке корпоративных клиентов.
18. Организация спортивных мероприятий и поездок как новое направление деятельности турфирмы.
19. Организация досуга в программах ностальгического туризма.
20. Организация досуга людей третьего возраста средствами туризма.
21. Традиционная культура как фактор туристской привлекательности региона.
22. Городской праздник как основа развития событийного туризма.
23. Историко-культурный (этно-культурный, природно-рекреационный, культурно-религиозный) потенциал города (региона) как основа ресурс развития туризма.
24. Современные тенденции развития приключенческого туризма.
25. Специфика организации курортного туризма.
26. Рекреационные основы организации туристских поездок.
27. Выставка как технология позиционирования турфирмы.
28. Технологии формирования взаимоотношений турфирм и гостиниц города в обслуживании туристов.
29. Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.
30. Перспективы развития устойчивого туризма в Российской Федерации.
31. Кластерный подход в развитии туризма региона (на примере...).
32. Перспективы развития внутреннего туризма в Российской Федерации.
33. Имиджевая политика предприятия социально-культурной сферы туризма.
34. Роль фирменного стиля турфирмы в повышении эффективности ее работы.
35. Брэндинг турфирмы и его эффективность.
36. Стратегия и тактика привлечения и удержания клиентов туристской фирмы.
37. Проблемы и пути внедрения инноваций в деятельности малых турфирм и гостиниц.

38. Инновационная политика предприятия социально-культурной сферы и туризма в конкурентной среде.
39. Разработка бизнес-плана инновационного проекта (нововведения) предприятия социально-культурного сервиса и туризма
40. Проект мероприятий по разработке инновационной политики турфирмы
41. Влияние социальных процессов на развитие туризма (внутреннего, въездного, выездного).
42. Маркетинговые исследования и технологии продвижения турпродукта «Отдых + путешествие» на рынке туруслуг г. Мурманска.
43. Маркетинговые исследования информации в туризме.
44. Маркетинговые исследования туристских ресурсов региона (района).
45. Маркетинговые исследования туристского рынка и их роль в разработке продуктовой стратегии турфирмы.
46. Роль сегментирования рынка в разработке маркетинговой стратегии турфирмы.
47. Разработка продуктовой стратегии турфирмы.
48. Комплекс маркетинга и его роль в повышении эффективности работы турфирмы.
49. Маркетинговые коммуникации и их роль в повышении эффективности работы турфирмы.
50. Стимулирование сбыта и его роль в продвижении турпродукта на рынке туристских услуг.
51. Учет психологии потребителя туристских услуг в работе турфирмы.
52. Проблемы разработки и продвижения туристского продукта.
53. Тенденции развития спроса и предложения в туризме
54. Основы сегментирования рынка туристских и гостиничных услуг
55. Особенности позиционирования в индустрии туризма и гостеприимства
56. Формирование ассортиментной политики на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства
57. Разработка маркетинговой инновационной политики предприятия туризма и гостеприимства
58. Анализ рынка услуг в туризме, особенности и перспективы его развития
59. Современные подходы к типизации потребителей туристских и гостиничных услуг
60. Сущность и особенности туристского (гостиничного) продукта, способы его формирования
61. Туристские и рекреационные потребности, их место и роль в системе потребностей населения.
62. Формирование предложений на туристские и рекреационные услуги.
63. Рынок услуг туризма и гостеприимства, основные методы исследования.
64. Ассортиментная политика турфирмы.
65. Индустрия туризма и определение ее конъюнктурных направлений.
66. Продвижение российского туристского продукта на международный рынок туристских услуг.
67. Продвижение туристского продукта в период межсезонья.
68. Социально-экономические аспекты туристской деятельности.
69. Управление и организация работы предприятия социально-культурного сервиса и туризма.
70. Структура туристской фирмы и ее роль в эффективности ее работы.
71. Предпринимательская деятельность и ее особенности в туризме (проблемы предпринимательства в туризме).
72. Планирование и создание туристского бизнеса

73. Особенности ведения туроператорского бизнеса
74. Турагентство малого города
75. Управленческая структура российской туристской операторской компании
76. Риски в туристской отрасли: прогнозирование и оптимизация деятельности турфирмы
77. Организационные мероприятия по обеспечению безопасности в турпоездке
78. Управление персоналом в индустрии туризма (туристские предприятия, гостиницы)
79. Управление персоналом туристской фирмы
80. Разработка программы формирования навыков клиентоориентированного поведения для сотрудников туристской фирмы
81. Деятельность фирмы по обучению и повышению квалификации персонала
82. Организация бизнес-тренингов для специалистов турфирмы
83. Трансграничное сотрудничество государств в развитии туризма
84. Пути применения опыта организации путешествий в Финляндии (другой страны, региона)
85. Роль туризма в экономическом развитии страны, региона (на конкретном примере)
86. Региональный туристский центр, его структура и анализ
87. Характеристика крупного туристского центра (по выбору студента)
88. Формирование политики въездного туризма в регионе
89. Разработка концепции развития туризма в регионе
90. Этапы развития туристского центра
91. Перспективы развития туризма на Северо-Западе (другом регионе) России
92. Управление туристскими ресурсами региона
93. Ресурсы развития туризма в Мурманской области
94. Программно-целевой подход в формировании туристской политики региона
95. Роль рекламы в развитии туризма
96. Методика создания рекламного продукта в туризме
97. Рекламная компания предприятия социально-культурной сферы и туризма
98. Роль рекламы в продвижении турпродукта на рынке туристских услуг
99. Реклама как важнейший элемент комплекса маркетинга предприятия туризма и гостеприимства
100. Креативная составляющая рекламной кампании турфирмы
101. Создание мультимедийных презентаций в системе работы турфирмы
102. Работа турфирмы и предприятия страхования по обеспечению интересов туристов
103. Обеспечение безопасности и страхование рисков в туризме
104. Международный опыт страхования в туризме
105. Технология разработки специализированного тура
106. Разработка турпродукта и его продвижение на рынке туристских услуг
107. Роль информационных технологий в управлении туристской организации
108. Электронный маркетинг его роль и значение в формировании коммуникативной политики туристского предприятия
109. Веб-сайт туристского предприятия как инструмент эффективных продаж
110. Специфика работы с иностранными туристами
111. Разработка тура для иностранных туристов
112. Организация информационного сопровождения туруслуг для иностранных туристов
113. Специфика сервисного обслуживания иностранных туристов
114. Взаимодействие турпредприятия с иностранными страховыми фирмами
115. Событийный туризм для иностранных граждан

116. Анимационные программы в туризме
117. Экономические обоснования маркетинговой стратегии турфирмы
118. Туристский продукт ведущих туристских операторов российского рынка, его основные экономические показатели
119. Экскурсионные услуги в туризме
120. Организация тура с экскурсионным обслуживанием

Критерии и шкала оценивания

Основными критериями оценки выпускной квалификационной работы являются:

- актуальность темы;
- полнота использования источников;
- достоверность и качество собранных фактических данных;
- творческий характер анализа и обобщения фактических данных на основе современных методов обработки информации;
- проектный подход в разработке и реализации исследования;
- научное и практическое значение предложений, выводов и рекомендаций, степень их обоснованности, возможность реального внедрения в работу организаций, предприятий туризма и социально-культурной сферы;
- наличие связи с реальными запросами работодателей, апробация или внедрение рекомендаций (проекта) в сфере туризма;
- апробация результатов работ в проектной деятельности университета, научных конференциях, публикациях в профессиональных журналах;
- логичное изложение материала, оформление работы в соответствии с методическими указаниями;
- умение вести полемику по теоретическим и практическим вопросам ВКР, глубина и правильность ответов на замечания рецензентов и вопросы членов ГЭК.

Оценка «отлично» выставляется за работу, в которой:

- всесторонне обоснована актуальность избранной темы, четко сформулированы цель, задачи, объект и предмет исследования;
- методы исследования соответствуют целям и задачам исследования, включают методы системной обработки данных, полученных эмпирическим путем;
- гипотеза или положения, выносимые на защиту, точно описывают проблему и варианты её решения, в итоге проведен сравнительный анализ проектируемых и полученных результатов;
- в теоретической части дан развернутый анализ методологических подходов, экономических сценариев развития туризма;
- в аналитической части представлена исследовательская разработка по формированию базы для самостоятельного проекта, выявлены проблемы и ресурсы для разработки туристского продукта, программы развития туристских территорий;
- в констатирующей части представлена разработка, имеющая потенциал для реализации в туристской индустрии, представлен сценарий её реализации;
- проведена апробация работы на научных конференциях, в университетском проекте, в реальной работе туристского предприятия, в культурно-просветительском мероприятии;
- оформление работы соответствует требованиям;
- выступление на защите бакалаврской работы отражает навык ведения профессионального диалога, мотивацию к исследованиям в туристско-рекреационной сфере.

Оценка «хорошо» выставляется за работу, в которой:

- обоснована актуальность избранной темы, четко сформулированы цель, задачи, объект и предмет исследования;
- методы исследования соответствуют целям и задачам исследования, включают методы системной обработки данных, полученных эмпирическим путем;
- гипотеза или положения, выносимые на защиту, точно описывают проблему и варианты её решения, в итоге проведен сравнительный анализ проектируемых и полученных результатов;
- в теоретической части дан анализ методологических подходов, экономических сценариев развития туризма;
- в аналитической части представлен методологически обоснованный анализ открытых данных, систематизация результатов опубликованных научных исследования, отчетов о развитии туризма в странах, регионах, отдельных дестинациях;
- в констатирующей части представлена разработка, отражающая современные требования к туристским продуктам, тематическим мероприятиям, программам развития территорий;
- проведена апробация работы на научных конференциях, в университетском проекте, в реальной работе туристского предприятия, в культурно-просветительском мероприятии;
- оформление работы соответствует требованиям;
- выступление на защите бакалаврской работы отражает навык ведения профессионального диалога, мотивацию к исследованиям в туристско-рекреационной сфере.

Оценка «удовлетворительно» выставляется за работу, в которой:

- введение имеет рекомендованную структуру, раскрывает актуальность исследуемой темы;
- теоретическая глава носит описательный характер относительно изучаемой проблемы;
- аналитический раздел носит характер компиляции открытых источников, выводы слабо аргументированы;
- рекомендательная часть в целом непротиворечива, но схематична, не в полной мере учитывает возможности предприятий туристской индустрии;
- оформление работы соответствует требованиям;
- выступление на защите бакалаврской работы отражает заинтересованность в развитии своих профессиональных компетенций.

В случае, если кафедра допустила работу до защиты как соответствующую требованиям, но в ходе представления результатов студент демонстрирует отсутствие навыков профессионального диалога, не может обосновать логику проведенного исследования, допускает принципиальные ошибки в интерпретации материалов, не владеет актуальными сведениями о функционировании туристской индустрии, **его защита признается неудовлетворительной.**

Окончательное решение об оценке знаний студента принимается после коллективного обсуждения членами ГЭК, объявляется публично после окончания защиты для всей группы студентов и оформляется в виде протокола.

Пересдача ВКР с целью повышения удовлетворительной оценки не допускается. Студент, получивший при защите ВКР неудовлетворительную оценку, отчисляется из МАГУ.

Критерии оценки бакалаврской работы по точкам контроля.

Подготовка ВКР

Соблюдение графика подготовки ВКР *(да/нет)*

Выполнение рекомендаций научного руководителя *(да/нет/ не в полной мере)*

Содержание ВКР отражает проблему и формулирует решения инновационного характера *(да/нет/ не в полной мере)*;

В работе использованы актуальные региональные данные состояния и развития туризма *(да/нет)*;

В работе представлены данные и выводы, основанные на самостоятельной программе исследования объекта (турфирмы) *(да/нет)*;

ВКР прошла оценку в системе «Антиплагиат» (более 61% авторского текста).

Защита выпускной квалификационной работы

- доклад по теме исследования четко отражает содержание бакалаврской работы *(да/нет/ не в полной мере)*;
- презентация (слайды) выполнены в едином эстетическом ключе, структура и содержание существенно облегчают восприятие доклада *(да/нет/ не в полной мере)*;
- ответы на дополнительные вопросы представлены, студент проявляет глубокие знания предмета обсуждения *(да/нет/ не в полной мере)*.

Отзыв научного руководителя включает такие компоненты как:

1. Общая характеристика результатов ВКР.
2. Характеристика достижений и мотивированности студента при написании работы.
3. Рекомендации к дальнейшему развитию исследования.
4. Рекомендация к защите (допуску) бакалаврской работы.