

Приложение 2 к РПД
Основы туризма
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	Основы туризма
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

2. Перечень компетенций

ПК-4	Способен проектировать и осуществлять программы обслуживания для разных социальных групп, в том числе для лиц с особыми возможностями здоровья
------	--

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. Туризм как вид досуговой и предпринимательской деятельности	ПК-4	Историю и тенденции туристской индустрии как культурной и предпринимательской практики	Обосновывать предложение основных и дополнительных услуг в турпродукте с учетом ресурсов и ограничений	Навыками первичного описания спроса и выбора ресурсов для туристско-рекреационной программы	Доклады (рефераты), оценка заданий СРС, терминологический диктант
		Базовые (стандартизированные) понятия сферы туризма Формальности в туризме	Фиксировать в документах нормативные характеристики турпродукта Обосновывать прагматические решения по обеспечению конкурентоспособности и турпредприятия	навыками работы с нормативно-правовыми источниками туристской деятельности Знаниями о специфике разнообразных видах туризма	
Раздел 2. Организационные основы туристской индустрии	ПК-4	Основные характеристики туристских ресурсов	Оценивать туристские ресурсы с учетом запроса целевых групп на отдых и оздоровление	Навыком оценки туристских сервисов, необходимых для турпродуктов разных видов	Доклады (рефераты), оценка заданий СРС, бланковый тест
		Принципы создания туристского продукта и отдельных услуг Принципы работы турператора и	Подбирать турпродукты для отдельных целевых групп	Навыками оценки готового турпродукта Методами описания конкурентоспособности	

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
		турагента	Обосновывать выбор услуг на отдельных туристских маршрутах	и турпредприятия за счет повышения качества обслуживания	

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

Ключ к тесту

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	В	В	Г	В	АБВГ	АБВ	В	А	В	АВ

ЗАДАНИЕ 3. (кейс) «КОНТАКТНАЯ ЗОНА ТУРФИРМЫ»

Критерии оценки выполнения задания:

- представлены ссылки на источники;
- рисунок (модель) отражает основные требования к зонированию в турагентстве.

Шкала оценивания

Схема выполнена в виде эскиза (интуитивно), аккуратно	1-4 балла
Схема (модель) имеет четкие обоснования, имеет дизайнерский уровень исполнения	5-15 баллов
Всего баллов	До 15 баллов

ЗАДАНИЕ 4. (кейс) «Время и услуги»

Критерии оценки выполнения задания:

- умение работать с источниками информации;
- умение систематизировать данные.

Шкала оценивания

Использованы доступные электронные источники	1-4 балла
В маршруте представлены варианты сервиса	5-9 баллов
Представлена презентация маршрута с расчетами времени, услуг, цен	10-15 баллов
Всего баллов	До 15 баллов

ЗАДАНИЕ 5. Доклады

Критерии оценки выполнения задания:

самостоятельное исследование (разработана программа, результаты,	10 баллов
--	-----------

презентация)	
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

- знает базовые понятия сферы туризма, систему нормативно-правового регулирования туристской деятельности;
- ориентируется в источниках информации по изучаемому предмету;
- аргументированно делает выводы по излагаемым вопросам;
- приводит примеры взаимодействия турфирмы и клиента, обоснованно определяет эффективные решения по выявлению предпочтений потребителей;
- владеет знаниями об управлении качеством туристских услуг.

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

Задание 1. ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ

Цель – выявить сформированность знаний по базовым терминам курса.

Запишите продиктованные 15 терминов, дайте им определение.

Дестинация – международный туристский термин для обозначения территории, обладающей определенными туристскими ресурсами и туристской инфраструктурой, делающей данный регион возможным для посещения туристами.

Достопримечательности – туристский термин, обозначающий привлекательные для посещения и использования объекты в туризме. Делятся на естественные, природные и рукотворные.

Качественный туризм – современная международная концепция туризма для XXI в., основанная на сохранении и умножении природных и культурных богатств при помощи новых туристских технологий и социальной ориентированности туристского бизнеса.

Клиентоориентированность – современная концепция сервиса гостеприимства, которая исходит из доминирующей роли клиента в бизнесе.

Культурный потенциал дестинации – ассортимент и плотность размещения культурных достопримечательностей и возможностей для познавательного и культурного туризма в данном регионе.

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

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

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.

Тур (фр. Tour – круг) – в туризме движение по определенному маршруту с определенной целью.

Туризм – социокультурно мотивированное путешествие для проведения досуга. Юридическое определение туризма включает признаки выезда за пределы территории проживания больше, чем на сутки с определенными мотивационными целями.

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.

ЗАДАНИЕ 2. БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ

1. Дестинация – это:

- а) туристский комплекс;
- б) туристский регион;
- в) другая местность (страна), отличная от места постоянного проживания туриста.

2. Объект интереса в туризме – это:

- а) путешественник;
- б) турпродукт;
- в) дестинация.

3. Туристский кластер – это:

- а) комплекс гостиничных предприятий;
- б) природные и культурные объекты территории;
- в) ассоциация турфирм;

- г) независимые партнеры в системе туристской деятельности дестинации;
4. Узловые точки маршрута
- а) места пересадки туристов из одного транспорта в другой;
 - б) места передачи туриста от одной фирмы к другой;
 - в) места изменения логистики маршрута.
5. Виды туристских маршрутов: (4 позиции)
- а) линейные;
 - б) кольцевые;
 - в) радиальные;
 - г) комбинированные;
 - д) сложные;
 - е) простые;
 - ж) обычные.
6. Выделите три группы факторов, оказывающих влияние на сезонность туристского бизнеса:
- а) особенности вида туризма;
 - б) особенности труда и отдыха потребителей;
 - в) природно-климатические особенности региона;
 - г) предпочтения потребителей;
 - д) паспортно-визовый режим территории.
7. Сезоном в туризме называют:
- а) летние месяцы;
 - б) праздничные даты;
 - в) период года, когда количество прибытий превышает среднемесячный показатель за год.
8. Чем специализация турфирмы уже, тем коммерческий риск:
- а) выше;
 - б) ниже.
9. Конкурентами туроператоров в деле организации путешествий в последние годы становятся:
- а) банки;
 - б) авиакомпании;
 - в) круизные компании;
 - г) страховые компании.
10. «Устойчивый туризм» направлен на:
- а) равновесие между интересами экономики и защитой окружающей среды;
 - б) дальнейшее развитие туристского обмена;
 - в) защиту общественных и культурных ценностей;
 - г) приоритетное развитие энергосберегающих технологий.

ЗАДАНИЕ 3. КЕЙС «КОНТАКТНАЯ ЗОНА ТУРФИРМЫ»

Задание: создать макет (чертеж, рисунок) организации контактной зоны – пространства работы с посетителями. Дополнительно указать источники требований к работе турагентства (ГОСТы).

ЗАДАНИЕ 4. КЕЙС «ВРЕМЯ И УСЛУГИ»

КЕЙС «Время и услуги» - определить время на маршруте, сделать рекомендации по дополнительным услугам.

Задание: определить общее время в пути, местное время прибытия в пункт назначения:

- А) маршрут «Москва – Хельсинки – Лиссабон»
Москва вылет – 18:20
Москва – Вантаа – перелет 1 час 50 минут
Пересадка – 3 часа
Вантаа – Лиссабон – перелет 4 часа 50 минут
- Б) маршрут «Москва – Франкфурт-на-Майне – Мадейра»
Москва вылет – 6:05
Москва – Франкфурт-на-Майне – перелет 3 часа 20 минут
Пересадка – 6 часов
Франкфурт-на-Майне – Фуншал – перелет 4 часа 15 минут

Методические рекомендации.

Рекомендуется провести расчеты, используя таблицу «Разница во времени с Москвой», данные оформить в таблицу. Сделать вывод о необходимости заказа дополнительных услуг, а также установить необходимость «раннего бронирования» для туриста.

ЗАДАНИЕ 5. Примерные темы докладов (дополнительные задания):

1. Организация путешествий: бизнес или хобби?
2. Роль независимых путешествий в развитии коммерческого туризма.
3. Факторы востребованности дополнительных услуг по стандартному туру.
4. Сущность работы гидов в организованном туризме.
5. Стратегия государства в поддержке и развитии туризма.
6. Роль музеев в развитии туристских маршрутов.
7. Выбор достопримечательностей для организации путешествия.
8. Исследование спроса на стандартные туры.
9. Профессиональные стандарты в туристской деятельности: значение для управления компетенциями специалистов.
10. Основные и дополнительные услуги в составе турпродукта.

ЗАДАНИЕ 6.

Презентация доклада (выступления), исследования

Тематика презентаций выбирается в соответствии с индивидуальными заданиями, темами самостоятельной работы, темами научных конференций.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. История зарождения туризма как вида культурной практики.
2. Основные вехи развития туризма XIX и XX веков.
3. Характеристика туризма как современного вида досуга.
4. Глобальные социальные и экономические процессы, влияющие на туризм.
5. Роль инноваций и информационных технологий в развитии туризма.
6. Специфика предпринимательства в туризме.
7. Роль туризма в развитии территорий.
8. Туристские ресурсы и свойства дестинаций.
9. Факторы, определяющие многообразие видов туризма.
10. Классификация видов туризма.
11. Выездной, въездной, внутренний туризм.
12. Общая характеристика путешественника как потребителя специализированных услуг.

13. Маршрут как основа путешествия.
14. Основные и дополнительные услуги в туризме.
15. Понятие «туристский продукт».
16. Специфические свойства турпродукта.
17. Правовые и экономические основы туристского продукта.
18. Сервисный пакет туристского продукта.
19. Информационные основы туристского продукта. Электронные туристские сервисы.
20. Стандартные и уникальные туристские продукты.
21. Оценка качества турпродукта.
22. Специфика понятия «туристский продукт дестинации».
23. Параметры оценки качества турпродукта.
24. Понятие и основные характеристики инфраструктуры туризма.
25. Принципы и правила организации работы предприятия – туроператора.
26. Экономический, нормативный подход организации фирмы-туроператора.
27. Типология туроператоров.
28. Работа турпредприятий с поставщиками услуг в туризме.
29. Туристское агентство. Взаимодействие туроператора и турагента.
30. Клиент-ориентированные стратегии турфирмы.