

**Приложение 2 к РПД**  
**Проектирование сервисных программ в МІСЕ**  
**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	Проектирование сервисных программ в МІСЕ
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

**2. Перечень компетенций**

УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
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. Роль трэвел-услуг в международном бизнесе	УК-9; ПК-3	Специфику сервиса в МІСЕ	Комбинировать услуги креативных индустрий для проектирования услуг делового туризма	Навыками поиска в электронной среде данных о продуктах и событиях сферы МІСЕ	Терминологический диктант, ситуативные задачи, оценка докладов (сообщений)
Раздел 2. Проектирование сервисных продуктов в МІСЕ	УК-9; ПК-3	Методы оценки качества сервиса в деловом туризме Специфику сервиса в сфере деловых встреч и событий	Сравнивать предложения сервисных продуктов с учетом задач деловых встреч Обосновывать состав услуг трэвел-проекта	Методами повышения качества сервисного продукта за счет дополнительных услуг Навыками визуализации проектных решений	Ситуативные задачи, бланочный тест, оценка докладов (сообщений) ЗАЩИТА ПРОЕКТА

**4. Критерии и шкалы оценивания**

**ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ**

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

<b>Процент</b> 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):**

<b>Процент</b> 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 инсентив-тура»**

**Критерии и шкала оценки выполнения задания:**

Предложенная модель имеет стандартный вид	1-3 балла
Предложена тематическая программа	4-16 баллов
Предложены несколько вариантов инсентив-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:**

<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

(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 формировании 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 МІСЕ-индустрии.
6. Оптимизация бюджета деловых поездок корпорации.
7. Договорная работа в МІСЕ-индустрии.
8. Сектор В2В в деловом туризме.
9. Требования к специалистам МІСЕ-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 МІСЕ-мероприятий.
7. Влияние МІСЕ-туризма на экономику стран, регионов и городов.
8. Конгрессно-выставочные кластеры.
9. Политика государств и регионов в развитии МІСЕ-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 МІСЕ-события.

25. Предоставление комплексных услуг по организации бизнес-поездки (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-поездки (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.