

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Общие сведения

1.	Кафедра	Сервиса и туризма
2.	Направление подготовки	43.03.02 Сервис
3.	Направленность (профиль)	Сервис индустрии гостеприимства и общественного питания
4.	Дисциплина	Индустрия гостеприимства городов мира
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

2. Перечень компетенций

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

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. Город в фокусе исследований индустрии гостеприимства	УК-5 ПК-4	<p>основные вехи истории городов как феноменов культурных процессов</p> <p>Принципы этики в формировании услуг в индустрии гостеприимства</p> <p>Принципы создания сервисных продуктов</p>	<p>выявлять актуальные источники для описания городов с точки зрения развития индустрии гостеприимства</p> <p>Выявлять объекты, привлекательные для городского туризма</p> <p>создавать программы и модифицировать</p>	<p>методами исследования ресурсов города для проектирования услуг</p> <p>навыками создания электронного контента для проектов городского туризма</p>	<p>Доклады (презентация), оценка заданий СРС, кейс</p>

			сервисные продукты с учетом культурных запросов разных целевых групп		
Раздел 2. Комплекс сервиса гостеприимства в городах мира	УК-5 ПК-4	<p>Принципы успешной коммуникации в межкультурном диалоге</p> <p>требования к продуктам и услугам индустрии гостеприимства</p> <p>Принципы оценивания программ обслуживания</p>	<p>Разрабатывать решения для реализации проектов в индустрии гостеприимства</p> <p>Проектировать услуги и её отдельные элементы с учетом социально-культурных запросов</p> <p>Рассчитывать тайминг и логистику предоставления услуг для потребителей разных целевых аудиторий</p>	<p>методами рефлексии для оценки взаимодействия в межкультурном диалоге</p> <p>знаниями ЗОЖ для реализации задач сервиса</p> <p>Навыками управления эмоциональным благополучием в сервисной деятельности</p> <p>навыками самооценки в проектировании сервисных продуктов</p>	<p>Доклады (презентация), оценка заданий СРС, кейс, бланковый тест</p>

4 Критерии и шкалы оценивания

Задание 1. 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

Задание 2. 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	11	12	13	14	15
В	АБ	В	АДЕ	АБ	В	АБ	А	АВ	А	АГ	Б	А	А	АВ

ЗАДАНИЕ 3. (кейс) «Описание города для сайта туристского предприятия»

Критерии оценки выполнения задания:

- Навык подбора контента и переформатирования его для задач деловой коммуникации
- Специфичность и актуальность источников

Шкала оценивания

Использованы стереотипные открытые источники	1-2 балла
Разработаны краткие типовые описания	3-5 баллов
Учтена специфика восприятия текстов целевой аудиторией	6-15 баллов

Всего баллов	До 15 баллов
--------------	--------------

ЗАДАНИЕ 4. (кейс) «Свободный час»

Критерии оценки выполнения задания:

- умение обосновывать рекомендации клиенту;
- знание специфики города, источников информации для организации сервиса

Шкала оценивания

Предложены типичны решения	1-4 балла
Предложены варианты решений	5-9 баллов
Представлена программа, ориентированная на целевую аудиторию	10-15 баллов
Всего баллов	До 15 баллов

ЗАДАНИЕ 5. 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 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

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 «города мира», «городской туризм»;

- владеет методами анализа и отбора контента для проектирования сервисных продуктов;
- аргументированно делает выводы о туристской привлекательности города с точки зрения сервиса гостеприимства;
- приводит примеры успешных практик сервиса на основе различных ресурсов городов мира.

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. ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ

Культурное потребление – использование достижений общества в области культуры, представленных в форме социально-культурных услуг, для удовлетворения социально-культурных потребностей человека, социальных групп и общества в целом.

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

1. Совокупность установленных производителем и/или санкционированных государством норм и правил, соблюдение которых обеспечивает безопасность жизни и здоровья, сохранение имущественных интересов и моральных ценностей человека

- + права потребителей
- модель организации производства услуги
- гарантии предоставления услуги

г. принципы системы качества

2. Совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя

- а. + качество
- б. аттрактивность
- в. оценка
- г. эффективность

3. Понятие «воспринятое качество» определяется:

- а. + как соотношение ожиданий потребителя и восприятия полученной услуги;
- б. как исполнение договорных обязательств;
- в. как понимание персоналом своей ответственности за качество услуги;
- г. как улучшение качества одной услуги за счет предоставление «пакета» услуг.

4. Аналитические понятия городского пространства

- а. транспортная логистика
- б. районирование
- в. зоны приватного самочувствия
- г. архитектоника городской среды

5. Субъект-носитель представлений о витальных, эстетических качествах городского пространства:

- а. информант
- б. старожил
- в. гражданин
- г. турист

6. Культурное пространство города построено ...

- а. на поведенческой модели горожан
- б. на городской градостроительной политике
- в. на восприятии города гостями города
- г. окружением архитектурных брендов

7. «Якорные институты» города:

- а. креативные кластеры
- б. университеты
- в. коворкинги
- г. инфраструктура гостеприимства

8. Города Нового времени характеризуются:

- а. разделением на бедные и богатые кварталы
- б. антисанитарными условиями рабочих кварталов
- в. бурным ростом промышленных предприятий
- г. массовым строительством мануфактур
- д. наличием торгово-финансового Сити
- е. наличием кольцевых стен вокруг города

9. Дворец Прадо – крупнейший музей мира находится в:

- а. Севилье
- б. Лиссабоне
- в. Мадриде
- г. Лиме

10. Мегалополис – это

- а. совокупность агломераций
- б. большой город с пригородами и городами-спутниками
- в. очень загрязненный город
- г. любой город, построенный в XXI веке

ЗАДАНИЕ 3. (кейс) «Описание города для сайта туристского предприятия»

Фирма оказывает услуги по организации выездных корпоративных мероприятий (конференции, выставки, тренинги). Необходимо создать серию кнопок-банеров и связанных с ними текстами для размещения на сайте.

Задание: выбрать 5 и более городов, обладающих разветвленным сервисом гостеприимства, создать краткий контент с изображением для продвижения .

ЗАДАНИЕ 4. (кейс) «Свободный час»

В программе обслуживания туристов произошли изменения, необходимо быстро найти занятия для гостей, чтобы они не почувствовали сбой в программе. На основе ресурсов предложенного к обсуждению города, необходимо составить программу-рекомендацию для туристов на 1-2 часа с учетом возможностей и ресурсов города.

ЗАДАНИЕ 5. Доклады и презентации.

1. Города-музеи мира.
2. Эволюция мегаполисов.
3. Знаменитые исследователи городских пространств.
4. Городская мифология.
5. Знаменитые отели мира.
6. Город-герой кинофильма.
7. Гастрономический туризм в городе.
8. Дополненная реальность городского пространства.
9. Сервис навигации в городе.
10. Сервис совместного использования (на примере автомобилей).
11. Принципы городской логистики в туризме.
12. Хостелы больших городов.
13. Знаменитые рестораны мира.
14. Стритфуд как ресурс пребывания в городе.
15. Экстренные службы города в системе поддержки туристов.

Вопросы к зачету

1. Эволюция теорий урбанистики и исследования городской среды.
2. Принципы «нового урбанизма» и развитие городских пространств.
3. Типология и классификация городов.
4. Великие торговые пути и торговые города.
5. Исторические города.

6. Города-государства.
7. Мегалополисы и агломерации.
8. Провинциальные города.
9. Промышленные города.
10. Технополисы и «зеленые» города.
11. Фактор периферии в развитии города.
12. Преимущества города как туристской дестинации.
13. Тренды городского туризма.
14. Возможности города для организованных и вольных путешествий.
15. Мобильные сервисы для путешествия в городах.
16. Политика муниципалитетов в развитии туризма.
17. Характеристика и тренды индустрии HoReCa.
18. Гостиничная индустрия в городском туризме.
19. Типология городских отелей.
20. Роль гостиничных цепей в развитии города и туризма.
21. Аренда квартир, студий и других помещений.
22. Бизнес ресторанов и кафе в структуре индустрии гостеприимства.
23. Типология объектов питания.
24. Фудкорты в торговых центрах.
25. Индустрия питания в период проведения событий в городе.
26. Принципы выбора точки питания для туристов.
27. Культура питания в путешествии и рекомендации по безопасности питания в путешествии.
28. Характеристика транспортных услуг в городском туризме.
29. Общественный транспорт городов мира.
30. Выбор фирмы-партнера для организации переездов по городу.