

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Б1.Б.11 Организация туристской деятельности

Общие сведения

1.	Кафедра	Кафедра искусств, сервиса и туризма
2.	Направление подготовки	43.03.02 Туризм, профиль: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
3.	Дисциплина (модуль)	Б1.Б.11 Организация туристской деятельности
4.	Тип заданий	Практические задания, тесты, диктанты, доклады
5.	Количество этапов формирования компетенций (ДЕ, разделов, тем и т.д.)	21

Перечень компетенций

способностью обрабатывать и интерпретировать с использованием базовых знаний математики и информатики данные, необходимые для осуществления проектной деятельности в туризме (ПК – 2);

способностью организовывать работу исполнителей, принимать решение в организации туристской деятельности, в том числе с учетом социальной политики государства (ПК – 4);

способностью рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста, обосновать управленческое решение (ПК – 5)

Критерии и показатели оценивания компетенций

<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы функционирования туристской деятельности; – систему взаимодействия предприятий и поставщиков услуг в туризме; – нормативные документы, регламентирующие функционирование предприятий туризма; – методы сбора и интерпретации информации о глобальных тенденциях в туризме
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять методы обработки и интерпретации информации в проектной деятельности; – рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии – оценивать преимущества туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста; – обосновать управленческое решение при выборе стратегии и тактики взаимодействия с зарубежными партнерами
<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – владения методами анализа затрат в системе управления туристским бизнесом; – владения технологиями оценки эффективности работы турпредприятия – владения методами планирования деловых процессов с учетом позиций профессиональных стандартов; – владения компетенциями по самообучению и развитию знаний в процессе поиска и изучения новых материалов о туристской индустрии.

Этапы формирования компетенций

1. Предмет организации туристской деятельности
--

2. Основные понятия туристской деятельности
3. Нормативно-правовое регулирование туристской деятельности в РФ
4. Туристская дестинация
5. Страны-лидеры туризма
6. Основные виды и тенденции развития туризма
7. Виды туристских предприятий
8. Крупнейшие туроператоры в России и мире
9. Типология туристов
10. Спрос и предложение в туризме
11. Теоретические основы формирования туристского продукта
12. Экономические аспекты организации туристской деятельности
13. Партнерские связи в туризме
14. Безопасность в туризме
15. Транспортное обеспечение в туризме
16. Страхование в туризме
17. Роль информационных услуг в развитии туризма
18. Туристские формальности при пересечении границы
19. Туристские риски и их характеристики
20. Регулирование туризма в зарубежных странах
21. Глобальные проблемы развития туризма

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы

«2» - 60 баллов и менее «3» - 61-80 баллов «4» - 81-90 баллов «5» - 91-100 баллов

ТИПОВОЕ КОНТРОЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ (терминологический диктант, тест, кейс-задание и пр.)

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

Цель – выявить сформированность компетенций для принятия и обоснования решений в организации туристской деятельности (ПК-4, ПК-5)

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. На туристском сленге дестинацию называют "горшок с медом". (Например: дестинация Париж, дестинация национальный парк Серенгетти, дестинация Средиземноморья.)

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

Цель – выявить сформированность компетенций для принятия и обоснования решений в организации туристской деятельности (ПК-4, ПК-5)

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

1. Дестинация – это:
 - а) туристский комплекс;
 - б) туристский регион;
 - в) другая местность (страна), отличная от места постоянного проживания туриста.
2. Субъект туризма – это:
 - а) путешественник;
 - б) посетитель;
 - в) турист.

3. Объекты туристского интереса – это: (3 позиции)
 - а) достопримечательности;
 - б) природные объекты;
 - в) социокультурные объекты показа;
 - г) инфраструктура туризма;
 - д) индустрия туризма.
4. Столовая в санатории отличается от ресторана: (1 позиция)
 - а) ценами;
 - б) богатством интерьера;
 - в) обязательным предоставлением диетического питания.
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: (1 позиция)
 - 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.
11. Дифференциация общества по уровню доходов приводит в туризме:
 - а) к поляризации туризма;
 - б) социальной напряженности в обществе;
 - в) дифференциации туристского продукта.
12. От 40 до 60% стоимости турпакета составляют:
 - а) услуги средств размещения;
 - б) транспортные услуги;

в) услуги туристических фирм.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний

Ключи к тестовому заданию: 1-а; 2-в; 3-а,б,в; 4-в; 5- а,б,в,г; 6-а,б,в; 7-в; 8-а; 9-в; 10-а; 11-в; 12-а.

ЗАДАНИЕ 3. Кейс: Составить таблицу «Технологии фирмы-агента при продвижении турпродукта»

Цель – выявить способность организовывать работу исполнителей, рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии (ПК-4; ПК-5)

Вопросы для самоконтроля:

1. На каких условиях фирмы-агенты работают с фирмами-операторами?
2. Как формируется оплата работы фирм агентов при продаже тура?
3. Может ли фирма-агент увеличить стоимость тура для своих клиентов?
4. Как формируются скидки на турпродукт?
5. Почему фирмы-агенты активно работают в социальных сетях?
6. Что такое информационный листок к туру?
7. Как фирма работает с постоянными клиентами?

Методические рекомендации.

Структура таблицы должна отражать системное понимание работы фирмы-агента по продвижению турпродуктов, то есть здесь должны быть указаны задачи продвижения, каналы продвижения, отмечены преимущества различных технологий продвижения, уровень затрат и др.

Примерная таблица.

Мероприятие (технология)	Канал	Преимущества	Затраты	Ожидаемые результаты

В итоге необходимо указать принципы выбора технологии продвижения с учетом стадии развития фирмы и устойчивости на локальном рынке.

Критерии и шкала оценки выполнения задания:

Отражены все позиции по позициям матрицы (не менее 2-3 строки)	3 балла
Четко установлены логические связи в ячейках (не менее 3 строк)	3 балла
В таблице представлены 5 и более позиций (строк)	5 баллов
Позиция «Ожидаемые результаты» представлена с учетом нескольких параметров (эконом., имиджевые, технологические и др.)	+2 балла
Вывод по работе сформулирован логично	+2 балла
Всего баллов	До 7 баллов

Задание 4. Кейс «Время в пути»

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.

Критерии и шкала оценки выполнения задания:

Расчет произведен верно	3 балла
Указаны 2 и более дополнительных услуг	2 балла
Верно установлена необходимость раннего бронирования	2 балла
Всего баллов	До 7 баллов

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. Роль бренда турфирмы в развитии бизнеса.
6. Взаимодействие музея и туроператора.
7. Проблемы и возможности работы малой турфирмы.
8. Исследование спроса на стандартные туры.
9. Профессиональные стандарты в туристской деятельности: значение для управления компетенциями специалистов.
10. Планирование работы фирмы в пиковые нагрузки.

Критерии и шкала 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

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

Методические рекомендации к подготовке презентации:

- 1 этап – формулирование актуальности и цели презентации;
- 2 этап – систематизация и оптимизация материалов (формат кратких тезисов);
- 3 этап - выбор дизайна презентации, иллюстраций с учетом цели показа и содержания материала;
- 4 этап – конструирование презентации;
- 5 этап – апробация презентации на компьютере и большом экране (роль «новый зритель»).

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный. Предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;
- на втором слайде необходимо разместить краткое описание основных вопросов или представляемой проблемы;
- следующие слайды имеют информативный характер;
- итоговые слайды (1-2) должны четко отразить вывод по презентации.

Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Рекомендации по созданию презентации:

1. Читательность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.
2. Сочетание цветов: контрастное, неагрессивное, цветовое решение имеет эстетически выверенное решение;
3. Тщательно структурированная информация.
4. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
5. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац (желательно слайд).
6. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
7. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
8. Графика должна органично дополнять текст.
9. Выступление с презентацией длится не более 10 минут, не следует читать текст на слайде, следует дополнять его необходимой развернутой информацией.
10. Формат презентации должен учитывать особенности техники (не следует использовать экзотические или сверхпрогрессивные форматы).

Критерии и шкала 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,	2

перспективность исследования	
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
Мак количество баллов	10

Вопросы к зачету/экзамену

1. Основные функции и значение туризма.
2. Особенности социального воздействия международного туризма.
3. Современные виды классификации международного туризма.
4. Современные классификации и типологии потребителей в туризме.
5. Туристский потенциал: содержание понятия, структура, методики оценки.
6. Роль туристских ресурсов в развитии туризма и территориальной организации туристской отрасли.
7. Основные свойства туристских ресурсов и методы их классификации.
8. Современные тенденции развития туристских комплексов и объектов.
9. Рекреационные системы и подсистемы.
10. Основные компоненты и свойства территориальных систем туризма.
11. Оценка эффективности функционирования территориальной системы туризма.
12. Особенности и виды туристских маршрутов.
13. Основные факторы формирования туристских центров.
14. Рекреационный потенциал туристских центров России.
15. «Туристская дестинация»: понятие, типы, цикл развития.
16. Принципы и особенности туристского районирования России.
17. Туристский регион: характерные черты, факторы и условия формирования.
18. Туристский рынок: понятие и особенности функционирования.
19. Факторы развития международного туризма.
20. Современные тенденции развития международного туристского рынка.
21. Особенности и структура национального туристского рынка России.
22. Современное состояние и перспектива развития внутреннего туризма в Российской Федерации.
23. Туристские предприятия и их формы, особенности функционирования.
24. Пакет услуг и классы обслуживания в туризме.
25. Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации.
26. Особенности и модели организации гостиничной индустрии.
27. Индустрия питания туристов.
28. Экскурсионная деятельность: этапы развития и особенности организации в России.
29. Индустрия досуга и развлечений в туризме.
30. Туристская анимация в России и за рубежом.