

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Б1.В.ОД.19 Техника и технологии сервиса и туризма

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.В.ОД.19 Техника и технологии сервиса и туризма
4.	Тип заданий	Диктант, кейс, тест, доклад
5.	Количество этапов формирования компетенций (ДЕ, разделов, тем и т.д.)	14

Перечень компетенций

- готовностью к разработке туристского продукта на основе современных технологий (ПК-10);
- способностью использовать нормативные документы по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии (ПК-12);
- способностью к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов (ПК-13)

Критерии и показатели оценивания компетенций

Знания:
<ul style="list-style-type: none"> – система нормативных документов, регламентирующих технологические разработки в сфере сервиса и туризма; – система взаимодействия предприятий и поставщиков услуг в туризме; – правила и нормы документирования туристского продукта
Умения:
<ul style="list-style-type: none"> – применять современные технологии разработки туристского продукта; – рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии – оценивать преимущества туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста.
Навыки:
<ul style="list-style-type: none"> – владения компетенциями по применению нормативных документов по качеству, стандартизации и сертификации в туристской индустрии; – владения методами проектирования, апробации и оценки туристских продуктов; – владения методами прогнозирования спроса на туристский продукт.

Этапы формирования компетенций

1. Технологии и технологические процессы в современном туризме
2. Материально-техническое оснащение и инфраструктура туристской отрасли (транспорт, средства размещения, коммуникации)
3. Технологии обслуживания в туризме
4. Виды туристских продуктов и технологии их проектирования
5. Технология разработки турпродукта
6. Технология проектирования маршрута

7. Стандартизация туристского продукта (международные стандарты и ГОСТы)
8. Технологии управления экономической эффективностью турпродукта
9. Правовые технологии в туристской деятельности
10. Технологии гарантий и страхования в туризме
11. Управление качеством турпродукта и сертификация в туризме
12. Технологии управления жизненным циклом турпродукта
13. Технологии продвижения туристских продуктов
14. Выставочные технологии в туризме

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы

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

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

ЗАДАНИЕ 3. Кейс: «Модель турпродукта»

Критерии оценивания: способность к обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов (ПК-13).

Шкала оценки выполнения задания:

Соответствие концепции продукта целевой установки тура	1-4 балла
Соответствие требованиям стандарта проектирования тура	1-6 балл
Владение информацией по дестинации	1-4 балла
Всего баллов	До 14 баллов

ЗАДАНИЕ 4. Кейс: «Анализ программы обслуживания»

Критерий оценивания способность использовать нормативные документы по качеству турпродукта (ПК-12)

Шкала оценки выполнения задания:

Соответствие модели стандарту проектирования турпродукта	1-2 балла
Точное выделение элементов тура и этапов обслуживания	1-4 балла
Рациональные критерии оценки (имеют количественные показатели, нет затруднений в получении данных для выработки оценки)	1-3 балла
Предложен алгоритм оценки программы обслуживания	1-4 балла
Всего	До 14 баллов

ЗАДАНИЕ 5. Подготовка докладов

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

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, 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 ЭКЗАМЕНЕ

(1 вопрос - 20 баллов; 2 вопрос - 20 баллов)

Ответ студента на экзамене оценивается оценками баллами, которые в совокупности с набранными в течение семестра позволяют выставить оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» в соответствии со следующими критериями:

Уровень (баллы по двум вопросам)	Результаты ответов на экзамене	Оценка
24-31 баллов	ответ является истинным по содержанию, построен на знаниях требований к алгоритму и документированию разработки турпродукта верно даны определения терминов и понятий	удовлетворительно
32-35 баллов	ответ является истинным, ответ представляет собой результат системного анализа данных тур. индустрии ; ответы лаконичны, ограничены излагаемой темой; неточности ответов устраняются в ходе дополнительных вопросов; студент проявляет готовность и интерес к профессиональному диалогу, дальнейшему развитию своих знаний в сфере разработки турпродуктов и программ обслуживания	хорошо
36-40 баллов	ответ является истинным, опирается на существующие стандарты сферы туризма ответ развернутый, соответствует логике изложения, где представлены точные определения, научно-обоснованные суждения, самостоятельные выводы по излагаемым вопросам; дополнительные вопросы не вызывают	отлично

	затруднения, ответы на них показывают способность к профессиональному диалогу; самостоятельные суждения конструктивны, ориентированы на результативные решения; студент владеет навыком формулирования проблем и критериев результата их решения	
--	--	--

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

Цель – выявить сформированность компетенций для принятия и обоснования решений в организации туристской деятельности

Запишите продиктованные 15 терминов, дайте им определение.

Заказчик - предприятие или гражданин-предприниматель, обеспечивающий финансирование проекта туристской услуги.

Исполнитель туристской услуги - предприятие, организация, учреждение или гражданин-предприниматель, оказывающие туристскую услугу.

Описание туристской услуги - информация об основных характеристиках туристской услуги и условиях обслуживания.

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

Потребитель услуги - получатель услуги (турист, экскурсант, предприятие).

Программа обслуживания туристов - перечень услуг, достопримечательных объектов и досуговых событий, предоставляемых туристам в определенной последовательности, времени, месте и условиях обслуживания.

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

Разработчик - предприятие или гражданин-предприниматель, осуществляющий разработку проекта туристской услуги.

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.

Технологическая карта туристского путешествия - технологический документ, определяющий содержание программы и условий обслуживания туристов на конкретном маршруте.

Тур - набор туристских услуг с конкретными сроками начала и окончания исполнения, реализуемый оптовому или розничному потребителю. В проектировании туристского путешествия тур имеет значение проектировочного модуля.

Туристская услуга - результат деятельности туристского предприятия по удовлетворению соответствующих потребностей туристов

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 способность использовать нормативные документы, стандарты для определения профессиональных терминов (ПК-12)

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
 - а. + права потребителей
 - б. модель организации производства услуги
 - в. 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. Гарантии предприятия сферы туризма выступают как:
 - а. + маркетинговый инструмент
 - б. защита от претензий потребителя
 - в. + инструмент поддержания приверженности клиентов фирме
 - г. обязательства перед страховой фирмой

5. Петля качества - это:
 - а. + Модель организации производства услуги;
 - б. Опросный лист потребителя услуги;
 - в. Название программного обеспечения тестирования услуги;
 - г. Заключительный документ (акт) проверки предприятия сервиса.

6. главная детерминанта в формировании турпродукта дестинации
 - природно-климатические условия
 - целевая туристская инфраструктура
 - + мотивация потребителей

туристская политика региона

7. Жизненный цикл турпродукта

- а. совпадает с жизненным циклом дестинации
- б. + не совпадает с жизненным циклом дестинации

8. Показатели качества услуги

- а. + функционального назначения
- б. + социального назначения
- в. + эргономические показатели
- г. экономические показатели
- д. статистические показатели
- е. показатели сегментации

9. Показатели качества услуги

- а. + показатели безопасности
- б. + патентно – правовые показатели
- в. + показатели стандартизованности
- г. показатели спроса
- д. ценовые показатели
- е. показатели конкурентности

10. Ресурсы улучшения туристского продукта

- а. + Устойчивая обратная связь с потребителем
- б. + Конкуренция
- в. + Повышение квалификации сотрудников
- г. Устойчивый спрос на турпродукт
- д. Получение авторского свидетельства на турпродукт
- е. Реализация эффективной рекламной кампании

11. Спрос на турпродукты характеризуется

- а. + Эластичностью
- б. + Замещаемостью
- в. Рациональностью выбора
- г. Зависимостью от наличия сертификата качества

12. Сегментация предложения турпродукта

- а. + обеспечивает быстрые темпы продаж турпродукта
- б. + снижает риски работы турфирмы
- в. ведет к повышению затрат на рекламную продукцию
- г. изменяет технологии работы в паре «агент – оператор»

13. фирма-турагент отказывается предоставить информацию о компании-туроператоре, которая предоставляет услуги за рубежом. Правомерно ли это?

- а. да, это может быть коммерческой тайной
- б. + нет, это обязательная информация для туриста
- в. да, так как могут быть изменения в системе оказания услуг оплаченного тура

14. При реализации фирма должна предоставить информацию о турпродукте, которая указана

- а. + В ГОСТе
- б. В Правилах реализации турпродукта

- в. В собственных корпоративных регламентах работы с клиентами
 - г. Информация предоставляется неформально в произвольном объеме
15. Требования к брендовым турпродуктам дестинации
- а. + Аутентичность
 - б. + Уникальность
 - в. + Специализация кадров
 - г. Соответствие тенденциям развития туризма
 - д. Включенность в другие турпродукты дестинации
 - е. Поддержка регионального бюджета
16. Международные стандарты являются
- а. обязательным документом для исполнения в любой стране
 - б. обязательным документов для исполнения в странах, которые подписали соглашения о стандартизации
 - в. обязательными для коммерческих фирм, а не для государств
 - г. + необязательными для всех участников международных отношений
17. Применение международного стандарта посредством другого нормативного документа, в котором этот стандарт был принят, называется
- а. иерархичным
 - б. + косвенным
 - в. аналогичным
 - г. последовательным
 - д. синхронизированным
18. Выделите обозначения, связанные с международными стандартами
- а. + ISO
 - б. + NEQ
 - в. GATT
 - г. UNWTO
19. Международная организация по стандартизации качества создана под эгидой
- а. ЮНЕСКО
 - б. СССР
 - в. + ООН
 - г. ВТО
20. В систему международной стандартизации входит принцип
- а. + обеспечения условий для единообразного применения стандартов
 - б. модернизации стандартов с учетом рыночной конъюнктуры
 - в. доступности терминологии
 - г. перевод оценочных действий в электронную среду

ЗАДАНИЕ 3. Кейс: «Модель турпродукта»

Цель – выявить способность рассчитать и проанализировать затраты деятельности предприятия туристской индустрии, туристского продукта в соответствии с требованиями потребителя и (или) туриста

Дано: Горнолыжные курорты Большого Сочи проводят презентацию новых и реновированных отелей кластера. Фирма-оператор получает возможность выбрать

несколько отелей из предложенных (размещение 50% от базовой стоимости; семинары, завтрак, ланч и внутренний трансфер за счет принимающей стороны)

Задание: составить модель программы. 7-дневного рекламного тура, с учетом целей поездки

ЗАДАНИЕ 4. Кейс: «Анализ программы обслуживания»

Цель – выявить способность использовать нормативные документы по качеству турпродукта (ПК-12)

Задание: провести анализ программы обслуживания разработанного турпродукта.

Дано: к летним каникулам студентам планируется предложить новый образовательный тур на Мальту для кратковременной интенсивной подготовки и сдачи экзамена по английскому языку на международный сертификат и разнообразной культурной программой.

Программа тура - 14 дней (обучение и организованный досуг).

Задание составить программу оценки турпродукта.

Таблица 1.

Элемент тура	Сервисное действие (услуга)	Критерий оценки	Оценка	Примечание (если необходимо)

Таблица 2.

Этап обслуживания	Сервисное действие (услуга)	Критерий оценки	Оценка	Примечание (если необходимо)

ЗАДАНИЕ 5. Примерные темы докладов (дополнительные задания):

1. Цели и задачи развития технологических компетенций специалиста индустрии туризма.
2. Разработка программы обучения сотрудников фирмы новым технологиям работы.
3. Источники данных для развития работы фирмы: проблемы поиска, формализации и интерпретации.
4. Цели и задачи стандартизации при формировании туристских продуктов.
5. Тенденции изменения требований к технологиям работы туристских фирм.

ЗАДАНИЕ 6. Презентация доклада (выступления), исследования

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

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

1. Понятие «технология» в системе знаний о современных процессах в туристской

- деятельности.
2. Классификация, принципы и подходы к изучению технологий: процессный, структурный, ресурсный, продуктивный, экономический и др.
 3. Факторы роста значения технологий в туризме как ресурса конкуренции.
 4. Материальная среда туристской деятельности, основная и вспомогательная техника.
 5. Связь технического оснащения и технологий в туризме.
 6. Материальная инфраструктура как основа технологических процессов туризма. Связь кадровых и материально-технических ресурсов в туризме.
 7. Общие подходы к практике технического оснащения туристского предприятия и планирования затрат на оборудование.
 8. Туризм как комплексная сервисная технология.
 9. Экономические и социальные функции сервисной деятельности в туризме.
 10. Факторы усиления роли сервисных технологий в туризме.
 11. Понятие «услуга», ее свойства, связь исполнителя и получателя услуги.
 12. Турпродукт как комплекс услуг. Отличительные свойства турпродукта как пакета услуг.
 13. Процесс обслуживания в туризме: виды и цели, субъекты, этапы, качество, результат.
 14. Свойства и структура туристского продукта.
 15. Документы, регламентирующие процесс разработки туристского продукта (ГОСТы).
 16. Основные и дополнительные услуги (элементы) турпродукта.
 17. Необходимые, достаточные, избыточные компоненты туристского продукта.
 18. Этапы разработки туристского продукта.
 19. «Петля качества» как технология повышения конкурентоспособности турпродукта. Оценочные технологии: анализ турпродукта по критериям спроса, затрат, технологичности, конкурентоспособности, перспективности и т.п.
 20. Документирование туристского продукта.
 21. Технологические ошибки в разработке туристского продукта: экономические, правовые и имиджевые последствия технологических ошибок.
 22. Логистика в туризме: понятие, принципы применения, общие технологии управления временем и перемещением.
 23. Маршрут в составе тура, классификация маршрутов.
 24. Технологии проектирования туристского маршрута.
 25. Международные стандарты о классификации показателей качества услуг, область применения стандартов.
 26. Принципы, цели и актуальная практика стандартизации в современном туризме.
 27. Роль стандартизации гостиничной деятельности.
 28. Турпродукт как объект экономических интересов и технологий коммерциализации.
 29. Конкурентоспособность туристского продукта: экономический подход.
 30. Технологии капитализации туристского продукта, бренд, инвестирование в ситуацию, стратегическое инвестирование.
 31. Правовые технологии (общий подход) в обеспечении прав потребителей, поставщиков услуг, операторов и агентов.
 32. Технологии работы с жалобами и рекламациями, стандарт ИСО 10002-2004 о работе с жалобами.
 33. История, тенденции, проблемы страхования в туризме.
 34. Виды страховых обязательств, процедуры страхования в туризме.
 35. Система гарантий в туристской индустрии, виды гарантий в туристской фирме.
 36. Финансовые гарантии в работе туристских операторов: история и цели создания, механизм реализации.

37. Понятие «качество» в сфере сервиса и туризма, потребительская стоимость туристской услуги.
38. История стандартов группы ISO: 9000.
39. Технологии контроля качества: визуальный, инструментальный, социологический, аналитический.
40. Понятие «потеря качества»: объективные, субъективные причины и последствия, модель разрывов качества услуги.
41. Качество обслуживания в контактной зоне турпредприятия.
42. Сертификация в сфере туризма, цели, объекты и субъекты, технологии и процедуры.
43. Жизненный цикл дестинации и турпродукта: сравнительный подход в технологиях анализа и управления.
44. Технологии управления эффективностью турпродукта на разных этапах существования турпродукта.
45. Ценовые и неценовые технологии управления лояльностью клиентов.
46. Технологии выставочной работы. Роль выставочных технологий в формировании туристского кластера.
47. Выставочный продукт и технологии его создания.
48. Техника и оборудование выставки. Подготовка к участию в выставке, проведение выставочных мероприятий.
49. Медиаплан выставочного мероприятия.
50. Технологии организации работы туристской фирмы в локальных выставочных мероприятиях (региональные и городские выставки, культурные события презентационного характера, социально-культурные проекты нетуристского содержания).