

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Б1.В.ОД.22 Технологии организации внутреннего туризма

Общие сведения

1.	Кафедра	Естественных наук
2.	Направление подготовки	43.03.02 Туризм
3.	Дисциплина (модуль)	Б1.В.ОД.22 Технологии организации внутреннего туризма
4.	Тип заданий	Тесты, доклады
5.	Количество этапов формирования компетенций (ДЕ, разделов, тем и т.д.)	9

Перечень компетенций

ПК-13 способностью к общению с потребителями туристского продукта, обеспечению процесса обслуживания с учетом требований потребителей и (или) туристов

Критерии и показатели оценивания компетенций

<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none">- основные положения в области правового регулирования туристской деятельности во внутреннем туризме;- основные методы практического туроперейтинга во внутреннем туризме;- основные формы, методы и приемы обслуживания потребителей туристских услуг во внутреннем туризме.
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none">- формулировать цели и задачи применения прикладных методов обработки и интерпретации данных во внутреннем туризме;- определять типы потребителей во внутреннем туризме;- выявлять основные типы коммуникаций и определять адекватные техники коммуникаций во внутреннем туризме.
<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none">- владения способностью анализировать и организовывать деятельность по проектированию турпродукта во внутреннем туризме;- использовать нормативно-технические документы в профессиональной деятельности и конструктивно взаимодействовать с государственными органами надзора за трудовыми и технологическими процессами на предприятиях сферы услуг;- организовывать, координировать и контролировать процесс обслуживания разных типов и видов потребителей;- разрабатывать и внедрять программы лояльности потребителей.

Этапы формирования компетенций

1. Общая характеристика рынка внутреннего туризма на современном этапе и перспективы его развития.
2. Сегментация спроса на турпоездки по России: современное состояние и прогноз развития.
3. Государственное и правовое регулирование внутреннего туризма.
4. Туристские формальности. Туристские ресурсы РФ, доминантные для внутреннего туризма в РФ.
5. Инфраструктурное обеспечение внутреннего туризма.

6. Прикладной туроперейтинг. Особенности формирования спроса на национальные туристские программы в РФ.
7. Региональные особенности продвижения российского турпродукта.
8. Документационное и информационное обеспечение туристов.
9. Обеспечение качества туристских услуг. Автоматизация и информатизация внутреннего 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

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

Критерии и шкалы оценивания

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 2. Подготовка докладов

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

Типовое контрольное задание (тест)

1. Основы туроперейтинга внутреннего туризма

1. Что такое туроперейтинг?
2. Туроператор - это...
 - а) Предприятие, организующее рекламу и продвижение туристического продукта.
 - б) Реализатор туристического продукта.
 - в) Предприятие, занимающееся разработкой туристического продукта, комплектацией тура и обеспечивающее их функционирование.
3. Турист - это гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания:
 - а) С занятием оплачиваемой в этом месте деятельностью.
 - б) Без занятия оплачиваемой в этом месте деятельностью.
 - в) С целью поиска работы и устройства на постоянное место жительства.
4. Виза - это...
 - а) Официальный документ, удостоверяющий личность туриста.
 - б) Разновидность международного страхового полиса, позволяющая получать и

оплачивать страховые услуги в любой стране мира.

в) Специальное разрешение иностранного правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через территорию его государства

5. Таможенные формальности представляют собой процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу:

а) Установленного паспортно-визового режима.

б) Установленных требований вакцинации.

в) Правил и условий ввоза и вывоза вещей, товаров и валютных средств.

2. Документационное и информационное обеспечение туристов

1. УКАЖИТЕ, в какой статье Федерального закона от 24 ноября 1996 г. «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» отмечено, что туроператор обеспечивает оказание туристам всех услуг, входящих в туристский продукт, самостоятельно или с привлечением третьих лиц, на которые туроператором возлагается исполнение части или всех его обязательств перед туристами и иными заказчиками. (3 балла)

2. НАЗОВИТЕ Федеральный закон РФ, который закрепил обязательность документирования информации, установил ряд терминов, урегулировал отношения, возникающие при создании и использовании информационных технологий, установил обязательность предоставления информации государственным органам. (2 балла)

3. ПЕРЕЧИСЛИТЕ основные требования, предъявляемые к инструкции по делопроизводству. (2 балла) Выберите действующее в Вашем городе предприятие социально-культурной сферы и СОЗДАЙТЕ проект инструкции по делопроизводству с учетом специфики данного предприятия. (10 баллов)

4. СОСТАВЬТЕ фрагмент текста для любого информационно-справочного документа (на Ваш выбор), умышленно нарушая правила официально-делового стиля. Обменяйтесь работой с другим студентом. Проанализируйте работу, опишите найденные нарушения делового стиля. (10 баллов)

5. В договоре на туристское путешествие отражается такая позиция, как «условия бронирования туристского обслуживания». Поскольку в данной позиции оговариваются требования к местам размещения, то особо важным является понятие о классификации гостиницы, мотеля и т.д. На сегодняшний день используется более 30 различных систем классификации гостиничных предприятий. ПРИВЕДИТЕ ПРИМЕРЫ таких систем, проанализируйте их. Какие отличия и сходства в данных системах ВЫ нашли? (5 баллов)

3. Виды внутреннего туризма

1. «Хождение за три моря» - это знаменитые путешествия:

а) И.И. Беринга;

б) Петра I;

в) Афанасия Никитина; 18

г) Н.М. Пржевальского.

2. Что не относится к достопримечательностям Российской Федерации:

а) Байкал;

б) «Кижжи»;

- в) Соловецкий монастырь;
- г) Домский собор XIII века.

3. Что не относится к «горячим направлениям» XXI в. по оценкам ВТО:

- а) агротуризм;
- б) тематический;
- в) экологический;
- г) круизный;
- д) культурно-познавательный;
- е) приключенческий.

4. Туризм по приглашению, распространенный в крупных частных фирмах, для поощрения своих служащих и проведения корпоративных мероприятий, это:

- а) деловой туризм;
- б) краткосрочные туризм;
- в) инсентив-туризм;
- г) спелеотуризм;
- д) коммерческий туризм.

5. Что не является районообразующим принципом в рекреационном районировании?

- а) структура рекреационных функций;
- б) степень открытости района;
- в) перспективность освоения;
- г) все утверждения верны.

Ответы к тесту ДЕ-1

1. Комплекс мероприятий по разработке, продвижению и продаже туристического продукта; разработка туристических программ

- 2. в)
- 3. б)
- 4. в)
- 5. в)

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Система управления внутренним туризмом в РФ.
2. Характеристика туристских центров России.
3. Определение и характеристика туристских ресурсов.
4. Понятие «культурное наследие» и включение объектов культуры в туристские программы.
5. Значение экономических ресурсов в туризме.
6. Характеристика природных ресурсов России.
7. Организация туристической поездки по России (составление программы, необходимая документация, расчет цены).
8. Правила организации поездок групп туристов на железнодорожном транспорте по территории РФ.
9. Особенности организации религиозных и паломнических поездок по России.
10. Организация детско-юношеского туризма в России.
11. Русские путешествия и путешественники.
12. Состояние отечественного туризма и его инфраструктуры до Октябрьской революции.
13. Становление советского туризма до Великой отечественной войны.

14. Развитие советского туризма после 1945 года.
15. Постсоветский этап в развитии отечественного туризма.
16. История развития путешествий и туризма в Оренбургской области.
17. Технологии организации санаторно-курортного лечения.
18. Технологии организации туристских центров.
19. Технологии организации организованного маршрутного туризма.
20. Технологии организации самодельного туризма.
21. Технологии регулирования неорганизованного потока туристов.
22. Технологии организации экологического туризма.
23. Технологии организации сельского туризма.
24. Технологии организации социального туризма.
25. Природные рекреационные ресурсы.
26. Культурно-исторические рекреационные ресурсы.
27. Социально-экономические ресурсы туризма. 17
28. Рекреационное районирование России.
29. Особые туристско-рекреационные зоны России.
30. Основные дестинации России.
31. Системный подход в осознании внутреннего туризма, концепция
32. территориальной рекреационной системы.
33. Жизненный цикл развития дестинации.
34. Типология дестинаций во внутреннем туризме.
35. Туристские потоки во внутреннем туризме.
36. Мотивация путешествий во внутреннем туризме.
37. Понятие и особенности внутреннего туристского продукта.
38. Технологии разработки туристского маршрута.
39. Технологии формирования тура.
40. Рынок внутреннего туризма: компоненты спроса и предложения.
41. Факторы и тенденции развития спроса на рынке внутреннего туризма.
42. Туроператоры внутреннего туризма.
43. Рынок средств размещения во внутреннем туризме.
44. Транспортное обслуживание внутреннего туризма.
45. Организация питания во внутреннем туризме.
46. Культурные и экскурсионные программы во внутреннем туризме.
47. Внутренний туризм как объект управления.
48. Особенности туристского маркетинга во внутреннем туризме.
49. Институциональные особенности маркетинга внутреннего туризма.
50. Региональный маркетинг во внутреннем туризме.
51. Методики анализа социально-экономического значения внутреннего
52. туризма.
53. Доходная функция внутреннего туризма.
54. Создание рабочих мест.
55. Улучшение ситуации в туристской отрасли и борьба с сезонностью,
56. через развитие социального туризма.
57. Социализация молодежи.
58. Работа с инвалидами и пенсионерами.