

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Поверинов Игорь Егорович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 03.07.2023 14:29:07

Уникальный программный ключ:

6d465b936eef331cede482bded6d12ab98216652f016465d53b72a2eab00e192

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«Чувашский государственный университет имени И.Н.Ульянова»
(ФГБОУ ВО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова»)**

Факультет историко-географический

Кафедра экономической и социальной географии

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ)**

по дисциплине

«Туроперейтинг и индустрия гостеприимства»

Направление подготовки – 43.03.03 Гостиничное дело

Направленность (профиль) – «Гостиничная и санаторно-курортная деятельность»

Квалификация выпускника – Бакалавр

Чебоксары - 2020

Оценочные материалы (ФОС) разработаны на основе рабочей программы дисциплины, предусмотренной образовательной программой высшего образования (ОП ВО) по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело.

СОСТАВИТЕЛЬ:

Старший преподаватель М.М. Ростовцева

1. Паспорт оценочных материалов по дисциплине

«Туроперейтинг и индустрия гостеприимства»

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Дескрипторы индикатора достижения компетенции (результаты обучения)
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осознает поставленную задачу, осуществляет поиск аутентичной и полной информации для ее решения из различных источников, в том числе официальных и неофициальных, документированных и не документированных	Знать: содержание поставленной задачи Уметь: оценивать и выбирать оптимальные источники информации: официальные и неофициальные, документированные и не документированные. Владеть: навыками поиска аутентичной и полной информации различных видов для решения конкретной задачи.
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.2 Описывает и критически анализирует информацию, отличая факты от оценок, мнений, интерпретаций, осуществляет синтез информационных структур, систематизирует их.	Знать: основы теоретических знаний о методах работы с информацией, в том числе различая факты и их интерпретации Уметь: выбирать методы работы с информацией, соответствующие различным этапам решения определенной задачи: описание, анализ и синтез, систематизация. Владеть: навыками определения последовательности выполнения интеллектуальных действий с информацией для достижения поставленной задачи
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения	УК-1.3 Для решения поставленной задачи применяет системный подход, выявляя ее компоненты и связи; рассматривает варианты	Знать: процедуры алгоритмизации комплекса действий в контексте решения поставленной задачи, включая описание, анализ и синтез, оценку, систематизацию

поставленных задач	и алгоритмы поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.	информации Уметь: критически анализировать варианты и алгоритмы решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки. Владеть: методикой системного подхода при решении поставленной задачи в совокупности ее структурных компонентов и связей
ПК-3. Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	ПК-3.1. Использует прикладные методы для исследования рынка, технологических и управленческих инноваций в избранной сфере деятельности	Знать основы туроперейтинга Уметь применять знания в области туроперейтинга Владеть навыками использования полученных знаний об основах туроперейтинга в научно-практической деятельности в сфере туризма
ПК-3. Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	ПК-3.2. Организует изучение удовлетворенности и лояльности потребителей, мониторинг качества обслуживания в организациях сферы гостеприимства и общественного питания	Знать: правила и способы реализации туристских продуктов и отдельных туристских услуг. Уметь: установить контакт и
		заинтересовать потенциальных потребителей туристских продуктов и отдельных туристских услуг Владеть: комплексом действий по оформлению документов, необходимых для реализации туристских продуктов и отдельных туристских услуг.

ПК-3. Способен применять методы прикладных исследований в избранной сфере профессиональной деятельности	ПК-3.3. Осуществляет нахождение требуемой научной информации в глобальных информационных сетях и других источниках профессиональной информации в избранной сфере профессиональной деятельности	Знать: методологию ведения переговоров с партнерами, а также согласования условий взаимодействия по реализации туристских продуктов Уметь: вести переговоры с партнерами, согласовывать условия взаимодействия Владеть: навыками практической организации комплекса работ по ведению переговоров в сфере реализации туристских продуктов
---	--	--

2. Критерии оценки успеваемости обучающихся

Формы и виды контроля знаний обучающихся, предусмотренные по данной дисциплине:

- текущий контроль;
- промежуточная аттестация (зачёт).

Текущий контроль успеваемости проводится с целью проверки знаний обучающихся, приобретения и развития навыков самостоятельной работы, усиления связи между преподавателем и обучающимся, совершенствования работы кафедр по развитию навыков самостоятельной работы, по повышению академической активности обучающихся.

Промежуточная аттестация, как форма контроля успеваемости по дисциплинам (разделам дисциплин) и видам учебной деятельности, проводится для проверки степени усвоения обучающимися программного учебного материала и установления соответствия результатов проверки требованиям государственных образовательных стандартов к обязательному минимуму содержания или формирования компетенций, установленных федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования.

Критерии оценки на зачёте:

- «зачтено» - наличие глубоких и исчерпывающих знаний в объёме пройденного программного материала правильные и уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, знание дополнительно рекомендованной литературы (уровень «отлично»), или - наличие твердых и достаточно полных знаний программного материала, незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала (уровень «хорошо»); допускается - наличие твердых знаний пройденного материала, изложение ответов с ошибками, уверенно исправляемыми после дополнительных вопросов, необходимость наводящих вопросов, правильные действия по применению знаний на практике (уровень «удовлетворительно»);

- «не зачтено» - наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

Критерии экзаменационной оценки:

- для оценки «отлично» - наличие глубоких и исчерпывающих знаний в объёме пройденного программного материала правильные и уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, знание дополнительно рекомендованной литературы;

- для оценки «хорошо» - наличие твердых и достаточно полных знаний программного материала, незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала;

- для оценки «удовлетворительно» - наличие твердых знаний пройденного материала, изложение ответов с ошибками, уверенно исправляемыми после дополнительных вопросов, необходимость наводящих вопросов, правильные действия по применению знаний на практике;

- для оценки «неудовлетворительно» - наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.

3. Оценочные материалы текущего контроля успеваемости

3.1.1. Задания репродуктивного уровня (для оценки «знаний»)

1. Основные понятия туроперейтинга.
2. Понятие и виды деятельности туроператора.
3. Создание привлекательного туристского продукта.
4. Классы обслуживания.
5. Формирование пакета услуг и проектирование тура.

3.1.2. Задания реконструктивного уровня (для оценки «умений»)

1. Программа обслуживания
2. Поставщики услуг.
3. Планирование тура.
4. Договорный план.
5. Заключение договоров с поставщиками услуг.
6. Туристская документация.
7. Продвижения туристского продукта.
8. Подбор партнеров по сбыту.
9. Агентское соглашение.

3.1.3. Задания творческого уровня (для оценки «навыков»)

1. Методы и нормативная основа рекламы туристского продукта.
2. Тактические решения по рекламе.
3. Участие в выставках.
4. Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов.
5. Зарубежные представители туроператоров.

3.2. Контрольные вопросы и задания

Раздел 1. Введение в туроператорский бизнес

Тема 1. Введение в дисциплину

1. Понятие туристской деятельности, «туроперейтинга».
2. Связь учебной дисциплины «Туроператорская и турагентская деятельность» с другими дисциплинами.
3. Факторы развития туризма.
4. Международные и российские туристские организации.
5. Международное регулирование туристской деятельности.
6. Перспективы развития мирового туризма.

Тема 2. Типы и функции туроператоров

1. Туроператор как субъект туристического рынка.
2. Этапы организации работы туроператора по разработке тура.

3. Классификация туроператоров.
4. Инициативные и рецептивные туроператоры и их особенности.
5. Аутгоинговые, инкаминговые и инсайд-туроператоры.
6. Профиль работы туристического оператора.
7. Функции туроператора.
8. Турагенты. Основные задачи турагентства. Виды турагентств
9. Отличительные черты туроператора и турагента.

Тема 3. Основные характеристики и структура турпродукта

1. Особенности и структура туристского продукта.
2. Понятия и специфика взаимодействия туристского продукта и туристской услуги. Технология составления туристского продукта.
3. Свойства туристского продукта как товара.
4. Потребительские свойства турпродукта.
5. Туристский продукт как совокупность вещественных предметов потребления и невещественных потребительских стоимостей (в форме услуг).
6. Три составные части турпродукта: тур, туристско-экскурсионные услуги, товары.

Тема 4. Фазы жизненного цикла турпродукта.

1. Концепция жизненного цикла туристского продукта.
2. Фаза внедрения на рынок.
3. Фаза роста. Фаза зрелости. Фаза спада.

Тема 5. Туристский пакет. Факторы, влияющие на его создание

1. Турпакет (пакетный тур) как совокупность основных элементов тура.
2. Составные части турпакета: передвижение, размещение, услуги, впечатления.
3. Факторы: политическая стабильность в стране назначения; поддержка транспортных компаний; отношения между сторонами отправки и назначения; существование спроса у туристов на путешествия в данную страну (страны); уровень развития туризма в стране назначения; доля рынка и конкуренция.

Тема 6. Туристское планирование

1. Тур-планирование (схемы взаимоотношений туроператора и перевозчиков – авиакомпаний, железнодорожные компании, судовладельцы, автотранспортные предприятия; взаимоотношения туристического оператора и экскурсионной компании; взаимоотношения туроператора и страховых компаний).

Тема 7. Маркетинговые исследования в туроперейтинге.

1. Планирование маркетинговых исследований.
2. Разработка концепции исследования.
3. Выбор метода сбора данных.

Тема 8. Технология разработки турпродукта.

1. Порядок и этапы разработки турпродукта.
2. Основные и специфические потребности туристов.
3. Исходная дифференциация туристских поездок.
4. Потребительские свойства тура.
5. Условия и принципы разработки тура.
6. Вербальная модель тура.
7. Процесс разработки.

Раздел 2. Программный туризм. Сущность, цели и задачи

Тема 9. Программный туризм. Сущность, цели и задачи

1. Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов.
2. Определение программного туризма.
3. Виды туристских программ и их характеристика.
4. Понятие оптимальной туристской программы.
5. Причины внедрения программного подхода к пакетированию туров в современном туроперейтинге.
6. Пакет тура: состав, документация. Примеры.

Тема 10. Цена туристского пакета

1. Факторы, влияющие на уровень цен.
2. Методы ценообразования.
3. Формирование конкурентоспособной цены.
4. Технологическая документация турпродукта.
5. Ценовая эластичность турпродукта.

Тема 11. Сущность и значение качества туристских услуг

1. Стандарты качества.
2. Управление качеством туристских услуг.
3. Системы менеджмента качества.
4. Основы безопасности гостиничной деятельности и транспортного обслуживания.
5. Информационная безопасность в сфере туризма.

Тема 12. Системы распространения турпродукта

1. Сущность маркетинговой коммуникационной стратегии туристического предприятия.
2. Виды туристской рекламы.
3. Основные этапы осуществления рекламной деятельности.
4. Пропаганда в системе продвижения турпродукта.
5. Достоинства элементов комплекса коммуникаций.

Тема 13. Общие понятия безопасности путешествия

1. Безопасность путешествия.
2. Понятие безопасности туристической деятельности.
3. Факторы риска в туризме.
4. Роль информации в обеспечении безопасности путешествия

Тема 14. Туристские формальности

1. Виды загранпаспортов.
2. Виды паспортов, порядок их получения.
3. Виды виз, туристская виза.
4. Виды туристских виз и порядок их получения.
5. Шенгенская виза.
6. Визовая поддержка рецептивного туроператора: референс и порядок его получения.
7. Подтверждение о приеме.
8. Документы иностранного туриста для получения российских виз.
9. Оформление референса.
10. Пограничный и таможенный контроль.
11. Правила вывоза детей за рубеж.
12. Страхование в туризме.

13. Медико-санитарные нормы и безопасность в туризме.
14. Что такое санитарные формальности в туризме.
15. Эндемичные страны и регионы.
16. Особо опасные инфекции.
17. Требования Госсанэпиднадзора по организации поездок в эндемичные страны и регионы.
18. Вакцинация. Ответственность турфирм. Памятка граждан, выезжающим в страны, не благополучные по особо опасным инфекциям: содержание, порядок выдачи, ответственность.
19. Санитарно-медицинские правила совершения поездок с животными.

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется, если материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала, продемонстрированы знания, умения и навыки, достаточные для дальнейшего усвоения материала;
- оценка «хорошо» выставляется, если материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; продемонстрировано достаточно полное знание программного материала, или, по крайней мере, показано общее понимание вопроса и продемонстрированы знания, умения и навыки, достаточные для дальнейшего усвоения материала;
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если показано общее понимание вопроса и продемонстрированы знания, умения и навыки, достаточные для дальнейшего усвоения материала;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если обнаружено незнание или непонимание большей, или наиболее важной части учебного материала; показано непонимание вопроса и не продемонстрированы знания, умения и навыки, достаточные для дальнейшего усвоения материала.

4. Оценочные материалы промежуточной аттестации обучающихся

4.1. Перечень примерных вопросов к зачету

1. Основные понятия туроперейтинга.
2. Понятие и виды деятельности туроператора.
3. Создание привлекательного туристского продукта.
4. Классы обслуживания.
5. Формирование пакета услуг и проектирование тура.
6. Программа обслуживания
7. Поставщики услуг.
8. Планирование тура.
9. Договорный план.
10. Заключение договоров с поставщиками услуг.
11. Туристская документация.
12. Продвижения туристского продукта.
13. Подбор партнеров по сбыту.
14. Агентское соглашение.
15. Методы и нормативная основа рекламы туристского продукта.
16. Тактические решения по рекламе.
17. Участие в выставках.
18. Программный туризм как основа современного туроперейтинга и обслуживания туристов.
19. Зарубежные представители туроператоров.

4.2. Перечень примерных вопросов к экзамену

1. Туристические операторы: сущность, функции.
2. Классификация туроператоров (по форме собственности, по виду деятельности). Инициативные и рецептивные туроператоры.
3. Аутгоинговые, инкаминговые, инсайд-туроператоры.
4. Профиль работы туристического оператора.
5. Туристические агенты: сущность, задачи, формы.
6. Современные разновидности агентских сетей: прямая, презентативная, совмещенная.
7. Современные стратегии создания агентских сетей. Способы стимулирования деятельности турагентов.
8. Общие нормативно-правовые акты, определяющие работу субъектов туристской индустрии в РФ.
9. Специальные нормативно-правовые акты, регулирующие туристскую деятельность в РФ.
10. Сегментирование туристического рынка по экономическому принципу и на принципах количественного предпочтения туристов
11. Сегментирование туристического рынка по возрастному принципу, по принципам туристических предпочтений.
12. Маркетинговое исследование и анализ конкурентной среды туристического рынка.
13. Основные типы конкурентного поведения на туристическом рынке.
14. Позиционирование туров и туроператоров: подходы, уровни позиционирования.
15. Схемы работы туристического оператора по реализации и организации туров.
16. Идентификация поставщиков туристических услуг и оформление договорной базы тура.
17. Схемы сотрудничества туроператора и иностранных meet-компаний.
18. Схемы работы современного туроператора с предприятиями гостиничной индустрии.
19. Схемы взаимоотношений туроператора и авиакомпаний. Договор чартерной перевозки.
20. Схемы взаимоотношений туроператора и железнодорожных компаний.
21. Схемы взаимодействия современных туроператоров и судовладельцев.
22. Схемы взаимоотношений туроператора и автотранспортных предприятий.
23. Взаимоотношения туристического оператора и экскурсионной компании.
24. Взаимоотношения туроператора и страховой компании.
25. Обеспечение визовой поддержки российских и иностранных туристов отечественными туроператорами.
26. Виза: сущность, виды. Особенности оформления визы.
27. Процедура ценообразования в туроперейтинге.
28. Методы ценообразования и виды цен в туризме.
29. Ассортимент туроператора: особенности, формы.
30. Инструменты продвижения туристического продукта на рынок.
31. Туристическая реклама: функции, носители.
32. PR-акции как инструмент продвижения туров.
33. Стимулирование потребителей в туроперейтинге.
34. Разработка учредительных документов и регистрация туристической фирмы.
35. Порядок ликвидации туристической фирмы.
36. Нравственные и психологические аспекты общения с клиентами персонала турфирмы.
37. Правила эффективной работы с клиентами персонала турфирмы.
38. Требования к стилю и методам работы руководителя турпредприятия.
39. Рассмотрение претензий и жалоб. Защита прав туриста и интересов фирмы.
40. Сущность и основные принципы инноваций в туризме.
41. Основные направления инновационной деятельности туристских организаций.

42. Государственная поддержка инновационной деятельности в туризме.
43. Цель и значимость туристских формальностей в организации туристского обслуживания. Паспортные формальности.
44. Таможенные формальности: степень ответственности сторон, нормативные документы.