

## **СОГЛАСОВАН**

решением Ученого совета  
АНО ВО «МБИ  
имени Анатолия Собчака»  
(протокол от «19» декабря 2024 г. № 6)

## **АКТУАЛИЗИРОВАН**

решением Ученого совета  
АНО ВО «МБИ  
имени Анатолия Собчака»  
(протокол от «25» декабря 2025 г. № 7)

## **УТВЕРЖДЕН**

приказом ректора  
АНО ВО «МБИ  
имени Анатолия Собчака»  
от «27» декабря 2024 г. № 56

## **УТВЕРЖДЕНА**

**актуализированная версия**  
приказом ректора  
АНО ВО «МБИ  
имени Анатолия Собчака»  
от «30» декабря 2025 г. № 59

### **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

### **Планирование деятельности туристских предприятий**

направление подготовки

**43.03.02 Туризм**

направленность (профиль)

**Управление в индустрии туризма**

уровень образования

**высшее образование – бакалавриат**

форма обучения

**очная**

год набора

**2025**

Санкт-Петербург  
2024



**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

Сертификат  
029D2AE30011B46997424A3587152A1CB0  
Действителен с 18.03.2026 по 18.06.2027  
Владелец АНО ВО "МБИ ИМЕНИ АНАТОЛИЯ  
СОБЧАКА"

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                  |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ .....             | 3  |
| 2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ.....                                                              | 5  |
| 3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ .....                                                | 6  |
| 4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА.....                                                              | 7  |
| 5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ .....                                                          | 7  |
| 5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ.....                                                          | 7  |
| 5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....                                  | 8  |
| 5.3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ.....                                                                | 15 |
| 6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ...                                  | 21 |
| 7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....        | 22 |
| 7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ.....        | 25 |
| 7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ..... | 25 |

## 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1.** Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по учебной дисциплине.

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

| Код и наименование компетенции выпускника                                                          | Код и наименование индикатора достижения компетенций                                        | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | УК-9.2. Принимает обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | <p>Знать: отраслевую специфику туристских и гостиничных проектов (сезонность доходов и загрузки, цикличность спроса, высокую долю переменных затрат, зависимость от внешних факторов — погоды, транспортной доступности, визовых режимов), структуру и стандарты оформления бизнес-плана (в т. ч. требования инвесторов, банков, органов поддержки), методы предпроектного анализа для туристских территорий (оценка туристского потенциала, конкурентный анализ, сегментация аудитории, SWOT/PEST-анализ), инструменты маркетингового планирования в туризме (каналы дистрибуции, позиционирование, управление доходностью, прогнозирование спроса), финансово-экономические методы оценки проектов (расчёт NPV, IRR, DPP, PI, точки безубыточности, юнит-экономики, чувствительного и сценарного анализа), подходы к управлению рисками в туристской сфере (матрицы рисков, план реагирования, страхование, резервирование), источники и механизмы финансирования туристских проектов (кредиты, гранты, субсидии, ГЧП, краудфандинг), нормативно-правовые и институциональные рамки реализации туристских инициатив (разрешительная документация, требования к объектам размещения, санитарные и противопожарные нормы), взаимосвязь операционных и инвестиционных решений (влияние модернизации на загрузку, себестоимость и рентабельность);</p> <p>Уметь: формулировать концепцию туристского проекта и обосновывать его экономическую целесообразность под заданные условия (локация, аудитория, бюджет), проводить комплексный анализ рынка и конкурентной среды с выделением уникальных преимуществ проекта, рассчитывать ключевые финансовые показатели с учётом сезонности, кассовых разрывов и неопределённости исходных данных, строить финансовую модель проекта (прогноз выручки, структура затрат, денежные потоки, сценарии развития), выявлять и классифицировать риски проекта, предлагать меры по их снижению и формировать альтернативные сценарии реализации, обосновывать выбор источников финансирования и условий привлечения средств, сопоставлять варианты решений по критериям «эффект — затраты — риски — сроки», структурировать выводы и рекомендации для разных стейкхолдеров (собственники, инвесторы, органы власти), адаптировать типовые методики бизнес-планирования под специфику конкретного формата (мини-отель, глэмпинг, экскурсионное бюро, этнокомплекс и др.);</p> <p>Владеть: навыками разработки полного комплекта документов бизнес-плана (резюме проекта, концепция продукта, производственная и организационная модель, маркетинговая стратегия, финансовый план, оценка рисков, приложения с расчётами), приёмами построения многосценарных финансовых моделей с учётом отраслевой специфики (сезонные коэффициенты, глубина бронирования, no-show, конверсия каналов), методами расчёта и интерпретации комплекса экономических показателей (NPV, IRR, DPP, точка безубыточности по сезонам, юнит-экономика по продуктам и каналам), инструментами анализа чувствительности и стресс-тестирования (изменение загрузки, цен, курса валют, стоимости ресурсов), техниками визуализации результатов (графики окупаемости, водопадные диаграммы вклада факторов, таблицы сценариев, дашборды KPI), алгоритмами обоснования экономических решений (структура «проблема — альтернативы — критерии — расчёты — выводы — ограничения»), практиками работы с отраслевыми данными и бенчмарками (загрузка, ADR, RevPAR, конверсия онлайн-бронирования, доля повторных гостей), способами проверки достоверности расчётов (кросс-проверка источников, верификация логики формул, сопоставление с рыночными аналогами), методами презентации проекта и защиты экономических решений перед инвесторами и кредиторами (акцент на окупаемость, риски, точки контроля, план-фактный мониторинг).</p> |

|                                                                                                                                        |                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-4 Способен учитывать социальные, политические и культурные процессы для принятия эффективных управленческих решений в сфере туризма | ПК-4.2 Способен интегрировать результаты анализа социальных, политических и культурных процессов в управленческие решения и стратегии в сфере туризма | <p>Знать: влияние социальных, политических и культурных процессов на бизнес-планирование в туризме (демографические тренды, ценностные установки потребителей, визовые и транспортные режимы, санкционные ограничения, локальные традиции гостеприимства и нормы поведения), инструменты макроанализа для интеграции в бизнес-план (PESTEL, STEEP, анализ институциональной среды, мониторинг регуляторных изменений), отраслевые индикаторы чувствительности туристских проектов к социокультурным факторам (эластичность спроса по политическим рискам, зависимость от въездного потока, влияние локальных событий на загрузку и ценообразование), методы встраивания выводов макроанализа в разделы бизнес-плана (концепция продукта, целевая аудитория, каналы дистрибуции, маркетинговая стратегия, финансовая модель, блок рисков), нормативно-правовые и этические рамки учёта социокультурных аспектов (требования к информированию туристов, стандарты кросс-культурного сервиса, правила работы с чувствительными темами), модели адаптации бизнес-модели под мультикультурные рынки (вариативные сценарии обслуживания, языковая и сервисная локализация, дифференцированные KPI), практики мониторинга и актуализации данных о макросреде в ходе реализации проекта (календарь событий, дашборды индикаторов, регламенты пересмотра стратегии);</p> <p>Уметь: выявлять и приоритизировать релевантные социальные, политические и культурные факторы для конкретного туристского проекта, интерпретировать данные макроанализа и трансформировать их в управленческие гипотезы и целевые показатели бизнес-плана, интегрировать выводы анализа в ключевые разделы бизнес-документации (резюме проекта, концепция продукта, маркетинг, финансы, риски), разрабатывать альтернативные сценарии реализации проекта с учётом возможных изменений внешней среды (оптимистичный, базовый, кризисный, трансформационный), адаптировать маркетинговые и сервисные решения под особенности целевых культурных сегментов (язык, нормы поведения, диетические предпочтения, ритуалы гостеприимства), оценивать влияние социокультурных факторов на экономические показатели проекта (загрузка, средний чек, конверсия, NPS, отток клиентов), обосновывать управленческие решения перед стейкхолдерами с учётом социальных и репутационных эффектов, выстраивать систему регулярного мониторинга макропоказателей и корректировки бизнес-плана, учитывать кросс-культурные и политические риски при планировании выхода на новые рынки или запуске новых продуктов;</p> <p>Владеть: навыками проведения комплексного макроанализа с фокусом на туристскую отрасль (сбор и верификация данных из официальных источников, отраслевых отчётов, СМИ, соцсетей, профильных ассоциаций), методами сценарного и чувствительного анализа для встраивания макрофакторов в финансовую модель (моделирование эффекта на выручку, затраты, денежные потоки при изменении загрузки, цен, доступности рынков), инструментами интеграции результатов анализа в структуру бизнес-плана (матрицы рисков и возможностей, дорожные карты, паспорта инициатив, блок допущений и ограничений), техниками кросс-культурной адаптации бизнес-решений (чек-листы локализации, матрицы культурных норм и ограничений, шаблоны сценариев взаимодействия с разными сегментами), алгоритмами оценки влияния макропроцессов на ключевые метрики проекта (ADR, RevPAR, конверсия каналов, доля повторных гостей, CAC/LTV по когортам), практиками кросс-функциональной координации при формировании бизнес-плана (согласование с маркетингом, продуктом, финансами, юридическим блоком), способами визуализации и презентации выводов для инвесторов и органов поддержки (стратегические карты, сравнительные матрицы сценариев, графики чувствительности, таблицы допущений), методами регулярного мониторинга и актуализации бизнес-плана (календарь событий, регламенты пересмотра, система индикаторов раннего предупреждения, план-фактный анализ с учётом макросдвигов).</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## 1.2. Входной уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемых для формирования компетенции

Знать экономические и методологические основы планирования деятельности туристских предприятий;

- систему плановых нормативов и показателей; - виды планирования; - процесс экономической оценки планов;

Уметь собирать, анализировать, систематизировать и определять значимость экономической информации;

- излагать логически верно, аргументировано и ясно экономическую информацию по своей профессиональной деятельности;

Владеть умением обеспечивать оптимальную инфраструктуру обслуживания с учетом природных и социальных факторов,- основным понятийным аппаратом о планировании в туризме; - методикой расчета экономической эффективности планирования.

## 2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка проводится методом сопоставления параметров продемонстрированной обучающимся продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

Таблица – 1.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

| Номер и наименование разделов/тем                                                                                            | Формы текущего контроля успеваемости / промежуточной аттестации | Объекты оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Вид занятия / Наименование оценочных средств                | Форма проведения оценки Устная/ письменная |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Тема 1. Организационные основы туристской индустрии                                                                          | Текущий контроль                                                | Федеральный закон РФ об основах туристской деятельности. Определение терминов и понятий аппарата туризма, действующих в туристском бизнесе. Туризм - система статистических понятий и определений, с точки зрения спроса и предложения. Посетители – туристы и экскурсанты. Цели посещения. Организация посещения. Продолжительность пребывания. Услуги средств размещения, питания. Транспортные услуги. Турпакет, турпродукт. Их виды. Расходы туриста на путешествия. Статистика путешествий и путешественников. Потребление в туризме. Турпродукт. Директива ЕС по пекидж-турам. Туристские маршруты и их виды. Национальные нормативные документы, определяющие состав туристских, гостиничных, экскурсионных и других сопутствующих им услуг. Рекомендации ВТО. | ДП – доклад с презентацией, Т – тест реферат                | устная/ письменная                         |
| Тема 2. Структура туристской отрасли                                                                                         | Текущий контроль                                                | Определение туристской индустрии. Организаторы туризма. Туристские перевозки. Средства размещения туристов. Система общественного питания. Развлечения и система аттракций. Инфраструктура туризма. Страхование в туризме. Банковские и финансовые услуги. Информационные услуги.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ДП – доклад с презентацией, Т – тест задания Диспут реферат | Устная письменная                          |
| Тема 3. Особенности правовых хозяйственных отношений между участниками туристской деятельности                               | Текущий контроль                                                | Организация взаимодействия субъектов туристского рынка. Международная гостиничная конвенция. Гостиничный контракт. Гостиничный тариф. Международные гостиничные правила. Соглашения и стандартный контракт МГА с Международным транспортным Союзом (ИРУ). Агентское соглашение. Договор-поручение и договор комиссии. Кодекс отношений между гостиницами и турагентами. Существенные условия контракта на туристские услуги. Стандартные контракты и стандартные правила размещения. Рейтинг качества «идеального» туроператора. Международные и российские туристские организации.                                                                                                                                                                                   | Т – тест, К – коллоквиум задания Деловая игра реферат       | Письменная Устная                          |
| Тема 4. Понятие, виды и технологии организации деятельности туроператоров, турагентов и контрагентов туристской деятельности | Текущий контроль                                                | Туроператоры как субъекты рынка туризма. Функции туристского агентства. Стратегическое управление тур.фирмой. Аутгоинг как вид коммерческой деятельности. Схема сотрудничества туроператора и meet-компаний. Форма сотрудничества туроператоров и гостиничных предприятий. Форма сотрудничества туроператоров и авиакомпаний. Форма сотрудничества туроператоров и железных дорог. Форма сотрудничества туроператоров и автотранспортного хозяйства. Технологии организации круизов. Визовая поддержка.                                                                                                                                                                                                                                                               | Т – тест, задания Деловая игра реферат коллоквиум           | Устная письменная                          |
| Тема 5. Особенности и состав туристского продукта и его                                                                      | Текущий контроль                                                | Понятие туристического продукта. Тур и его структура. Виды туризма. Маршруты: линейный, кольцевой, радиальный. Комплексное                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Т – тест, задания Деловая игра                              | Устная письменная                          |

|                                                                                                            |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                    |                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------|
| составных элементов                                                                                        |                          | обслуживание. Создание нового туристического продукта. Согласование турпродукта с партнером. Функция ценообразования. Условия расчетов, аннуляция забронированных туров, ответственность сторон за соблюдение условий контракта. Порядок и сроки платежей. Туристический ваучер. Форс-мажорные обстоятельства. Страхование туристов. Основные туристические предпочтения россиян. Туристские ресурсы России и мира. | Реферат<br>коллоквиум                              |                      |
| Тема 6. Особенности организации туристской деятельности в России в внутреннем, въездном и выездном туризме | Текущий контроль         | Работа с агентствами как основная деятельность туроператора. Обязанности туроператора по агентскому договору. Основные виды и разновидности российского внутреннего туризма. Работа on-line. Электронные туристические биржи. Стимулирование потребителя. Инфо-туры: цель, особенности организации. Виды туризма. Основные направления и ассортимент туров внутреннего, въездного и выездного туризма.              | Т – тест,<br>Деловая игра<br>Реферат<br>коллоквиум | Устная<br>письменная |
| Все темы и разделы:                                                                                        | Промежуточная аттестация |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Т – тест (1-30)                                    | Письменная           |

### 3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, владений выражается в пятибалльной системе.

Таблица 3.1 – Текущий контроль

| № п/п | Виды работ                                                                 | Критерии оценивания                                            |                                            |                                                                                                     |                                                                                                    |
|-------|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |                                                                            | Неудовлетворительно (2 балла)                                  | Удовлетворительно (3 балла)                | Хорошо (4 балла)                                                                                    | Отлично (5 баллов)                                                                                 |
| 1     | Работа на лекциях                                                          | Отсутствие участия студента в работе на занятии                | Единичное высказывание                     | Высказывание суждений, активное участие в работе на занятии                                         | Высказывание неординарных суждений, активное участие в работе на занятии                           |
| 2     | Работа на практических занятиях, решение общих практических задач          | Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение | Единичное высказывание, решение с ошибками | Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями | Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок |
| 3     | Работа на практических занятиях, решение индивидуальных практических задач | Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение | Единичное высказывание, решение с ошибками | Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями | Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок |

Критерии оценивания формулируются для каждой компетенции и отражают деятельность обучающегося, поддающуюся измерению.

Таблица 3.2 – Обобщенные критерии оценивания освоения компетенции

| Неудовлетворительно (2 балла)                                                                  | Удовлетворительно (3 балла)                                                                                                              | Хорошо (4 балла)                                               | Отлично (5 баллов)                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Компетенция не освоена.<br>Обучающийся не показывает знания, входящие в состав компетенции, не | Компетенция освоена.<br>Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет представление об их применении, умение | Компетенция освоена.<br>Обучающийся показывает полноту знаний, | Компетенция освоена.<br>Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения сложных задач, умение принимать решения, создавать и применять документы, связанные с |

|                                                       |                                                                            |                                                     |                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| понимает их необходимость и/или не может их применять | извлекать и использовать основную (важную) информацию из полученных знаний | демонстрирует умения и навыки решения типовых задач | профессиональной деятельностью; способен самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных методов, приемов и технологий. |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

#### 4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

Таблица 4.1 – Шкала критериев оценивания компетенций

| Оценка                        | Содержание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Неудовлетворительно (2 балла) | Демонстрирует непонимание проблемы, не восприятие материала. Работа незакончена и/или это плагиат                                                                                                                                                                                                                           |
| Удовлетворительно (3 балла)   | Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер                                                                                                         |
| Хорошо (4 балла)              | Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения                                                                                                                      |
| Отлично (5 баллов)            | Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостный характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход |

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

#### 5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

##### 5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:

Таблица - 5.1 Перечень заданий текущего контроля и их наименование

| Наименование оценочных средств | Содержание задания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Доклад презентацией            | Туроператоры как субъекты рынка туризма. Функции туристского агентства. Стратегическое управление тур.фирмой. Аутгоинг как вид коммерческой деятельности. Схема сотрудничества туроператора и meet-компаний. Форма сотрудничества туроператоров и гостиничных предприятий. Форма сотрудничества туроператоров и авиакомпаний. Форма сотрудничества туроператоров и железных дорог. Форма сотрудничества туроператоров и автотранспортного хозяйства. Технологии организации круизов. Визовая поддержка                                                                                                                                                                                                                                                               |
| коллоквиум                     | Федеральный закон РФ об основах туристской деятельности. Определение терминов и понятий аппарата туризма, действующих в туристском бизнесе. Туризм - система статистических понятий и определений, с точки зрения спроса и предложения. Посетители – туристы и экскурсанты. Цели посещения. Организация посещения. Продолжительность пребывания. Услуги средств размещения, питания. Транспортные услуги. Турпакет, турпродукт. Их виды. Расходы туриста на путешествия. Статистика путешествий и путешественников. Потребление в туризме. Турпродукт. Директива ЕС по пекидж-турам. Туристские маршруты и их виды. Национальные нормативные документы, определяющие состав туристских, гостиничных, экскурсионных и других сопутствующих им услуг. Рекомендации ВТО |
| реферат                        | Определение туристской индустрии. Организаторы туризма. Туристские перевозки. Средства размещения туристов. Система общественного питания. Развлечения и система аттракций. Инфраструктура туризма. Страхование в туризме. Банковские и финансовые услуги. Информационные услуги.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| задания                        | Разработка бизнес-плана туристского продукта: Создание концепции нового тура или агентства, включая резюме, оценку рынка, маркетинговую и финансовую стратегии. Расчет плановых показателей: Определение объема продаж, точки безубыточности, себестоимости                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              | турпакета, фонда оплаты труда и планируемой прибыли. Составление стратегического плана: Анализ внешней и внутренней среды турфирмы с использованием SWOT-анализа и PEST-анализа. Построение сетевых и календарных графиков: Планирование поэтапной реализации туристского проекта или сезонной рекламной кампании.                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| диспут       | .Организация взаимодействия субъектов туристского рынка. Международная гостиничная конвенция. Гостиничный контракт. Гостиничный тариф. Международные гостиничные правила. Соглашения и стандартный контракт МГА с Международным транспортным Союзом (ИРУ). Агентское соглашение. Договор-поручение и договор комиссии. Кодекс отношений между гостиницами и турагентами. Существенные условия контракта на туристские услуги. Стандартные контракты и стандартные правила размещения. Рейтинг качеств «идеального» туроператора. Международные и российские туристские организации |
| Деловая игра | Проектная работа по организации и планированию деятельности предприятий в индустрии туризма                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Тест         | Какие условия необходимы для развития туризма:<br>А) политическая стабильность, развитие транспортной индустрии, развитие местной промышленности;<br>Б) природные богатства, инфраструктура, материальная база, транспортные услуги, ресурсы гостеприимства;<br>В) все вышеперечисленное                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

## 5.2 КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

### Первая контрольная точка - в форме доклада (письменная).

Темы докладов: Темы докладов с презентацией

Тема 1. Рыночный механизм и конъюнктура туристского рынка. Спрос и предложения на туристском рынке. Система расчетов (дорожные чеки и пластиковые карты). (Доклад в форме презентации).

Тема 2. Транспортное обеспечение туристской инфраструктуры. Авиаперевозки и основные перевозчики; Железнодорожные перевозки; Автобусные и автомобильные перевозки; Водные перевозки и другие виды.

Тема 3. Специфика работы туроператора с поставщиками туристических услуг. Взаимодействие с автотранспортными предприятиями; Схема работы с авиакомпаниями; Взаимоотношения с предприятиями размещения; Особенности работы с предприятиями питания; Специфика работы со страховыми компаниями. Туристический продукт и его составляющие

Тема 4. Понятие, структура и составляющие туристического продукта. Качество туристического продукта и его конкурентоспособность. Ценообразование в сфере туризма

Тема 5. Планирование туристической деятельности. Доходность туристического бизнеса: как заработать в туристическом агентстве. Основные тонкости открытия или приобретения туристической фирмы. Уникальность и сложность: специфика туристического бизнес

#### Методические рекомендации:

Обучающийся может подготовить не более пяти докладов с презентацией. Критерии оценки одного доклада с презентацией: 5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно; 4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса; 3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты; 2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете.

Методические указания по написанию доклада с презентацией. Требования, предъявляемые к докладу с презентацией:

1. Объем доклад не должен превышать 5-8 страниц. Печать производится через 1,5 интервала, размер шрифта 14, с выравниванием по ширине. Левое поле листа 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее 20 мм. Текст должен оформляться абзацами с отступом 1,25 см.

2. Эссе должно восприниматься как единое целое, идея должна быть ясной и понятной.

3. Необходимо писать коротко и ясно. Эссе не должно содержать ничего лишнего, должно включать только ту информацию, которая необходима для раскрытия вашей позиции, идеи.

4. Доклад должно иметь грамотное композиционное построение, быть логичным, четким по структуре.

5. Каждый абзац доклад должен содержать только одну основную мысль.

6. Доклад должен показывать, что его автор знает и осмысленно использует теоретические понятия,

термины, обобщения, мировоззренческие идеи.

7. Доклад должен содержать убедительную аргументацию заявленной по проблеме позиции.

### контрольная точка - в форме теста (письменная).

#### Тесты

| ТИП ЗАДАНИЯ                                                                 | СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------|--------------|-----------------------------------------|---------------|-------------------------------------------------|--------------------|------------------------------------------|----------------|---------------------------------------|-------------|----------------|-----------|-----------------------------|---------|-------------------------------------------|------------|--------------------------------------|-----------|-----------------------------|
| Задание закрытого типа с выбором одним из нескольких вариантов предложенных | 1.Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.<br>2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.<br>3. Выбрать один верный ответ.<br>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например: 1-а; 2-б; 3-а)                                                                                                                                             | 1. Какой из следующих факторов наименее важен при выборе туристического направления?<br>- А) Климатические условия<br>- В) Доступность транспорта<br>- С) Наличие мест для проживания<br>- D) Цвет автомобилей у таксистов<br><br>2. Какой из перечисленных видов туризма считается наиболее экологически чистым?<br>- А) Авиационный туризм<br>- В) Велосипедный туризм<br>- С) Автобусный туризм<br>- D) Круизный туризм<br><br>3. Какое определение лучше всего описывает "агентство путешествий"?<br>- А) Организация, занимающаяся производством туристических услуг<br>- В) Организация, продающая туристические услуги и продукты<br>- С) Организация, отвечающая за государственное регулирование туризма<br>- D) Организация, предоставляющая транспортные услуги<br><br>4. Какое из следующих мероприятий является частью туристического продукта?<br>- А) Проживание в гостинице<br>- В) Ремонт автомобиля<br>- С) Продажа одежды<br>- D) Обучение иностранным языкам |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
| Задание закрытого типа на установление соответствия                         | 1.Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.<br>2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.<br>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.<br>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например: 1с;2а;3г;4д;5ф;6б;7е) | 1. Установите соответствие между типами туризма и их описаниями:<br><table><tr><td>Тип туризма</td><td>Описание</td></tr><tr><td>А) Экотуризм</td><td>1) Путешествия с целью изучения природы</td></tr><tr><td>В) Культурный</td><td>2) Путешествия для изучения культурных традиций</td></tr><tr><td>С) Приключенческий</td><td>3) Путешествия с активными видами спорта</td></tr><tr><td>Д) Медицинский</td><td>4) Путешествия для улучшения здоровья</td></tr></table><br>2. Установите соответствие между туристическими направлениями и их характеристиками:<br><table><tr><td>Направление</td><td>Характеристика</td></tr><tr><td>А) Европа</td><td>1) Популярно среди молодежи</td></tr><tr><td>В) Азия</td><td>2) Известно своей историей и архитектурой</td></tr><tr><td>С) Америка</td><td>3) Разнообразие природных ландшафтов</td></tr><tr><td>Д) Африка</td><td>4) Экзотические приключения</td></tr></table>                                                       | Тип туризма | Описание | А) Экотуризм | 1) Путешествия с целью изучения природы | В) Культурный | 2) Путешествия для изучения культурных традиций | С) Приключенческий | 3) Путешествия с активными видами спорта | Д) Медицинский | 4) Путешествия для улучшения здоровья | Направление | Характеристика | А) Европа | 1) Популярно среди молодежи | В) Азия | 2) Известно своей историей и архитектурой | С) Америка | 3) Разнообразие природных ландшафтов | Д) Африка | 4) Экзотические приключения |
| Тип туризма                                                                 | Описание                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
| А) Экотуризм                                                                | 1) Путешествия с целью изучения природы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
| В) Культурный                                                               | 2) Путешествия для изучения культурных традиций                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
| С) Приключенческий                                                          | 3) Путешествия с активными видами спорта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
| Д) Медицинский                                                              | 4) Путешествия для улучшения здоровья                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
| Направление                                                                 | Характеристика                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
| А) Европа                                                                   | 1) Популярно среди молодежи                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
| В) Азия                                                                     | 2) Известно своей историей и архитектурой                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
| С) Америка                                                                  | 3) Разнообразие природных ландшафтов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
| Д) Африка                                                                   | 4) Экзотические приключения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |
| Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных                      | 1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 1. Какие из следующих факторов влияют на выбор туристического продукта? Выберите все подходящие варианты.<br>- А) Цена<br>- В) Качество услуг<br>- С) Отзывы других туристов<br>- D) Цвет упаковки тура                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |             |          |              |                                         |               |                                                 |                    |                                          |                |                                       |             |                |           |                             |         |                                           |            |                                      |           |                             |

|                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ответов из нескольких вариантов предложенных                                                           | <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, <b>1; 3; 4; 5 и A; C; D</b>)</p>                                                                                                                                                                          | <p>2. Какие из следующих услуг могут быть включены в туристический пакет? Выберите все подходящие варианты.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A) Транспортировка</li> <li>- B) Экскурсии</li> <li>- C) Страхование</li> <li>- D) Услуги юриста</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Задание закрытого типа на установление последовательности                                              | <p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности: например, <b>F; N; K; I; E; B</b></p> | <p>1. Установите правильную последовательность этапов планирования туристической поездки:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Бронирование жилья</li> <li>2) Определение маршрута</li> <li>3) Выбор транспорта</li> <li>4) Составление бюджета</li> </ol> <p>2. Установите правильную последовательность действий при организации экскурсии:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Проведение экскурсии</li> <li>2) Подготовка материалов</li> <li>3) Разработка маршрута</li> <li>4) Реклама экскурсии</li> </ol>                                                                                                                                                              |
| Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснование выбора | <p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа: например, 1 – 3; 2 – B</p>            | <p>1. Какой из следующих видов туристического пакета наиболее подходит для семейного отдыха?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A) Круизный тур</li> <li>- B) Приключенческий тур</li> <li>- C) Культурный тур</li> <li>- D) Спортивный тур</li> </ul> <p>Обоснуйте свой выбор, указав основные критерии.</p> <p>2. Какой из следующих факторов наиболее критичен для успешного проведения выставки туристических услуг?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A) Местоположение выставки</li> <li>- B) Количество участников</li> <li>- C) Тематика выставки</li> <li>- D) Реклама мероприятия</li> </ul> <p>Обоснуйте свой выбор, указав, почему именно этот фактор важен.</p> |
| Задание открытого типа с развернутым ответом                                                           | <p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>                                                                                                                                                    | <p>1. Опишите, как изменение климата влияет на выбор туристических направлений и какие меры могут быть предприняты для адаптации туристической отрасли.</p> <p>2. Проанализируйте важность маркетинга в туристической индустрии и приведите примеры удачных маркетинговых стратегий.</p> <p>3. Какие социальные и культурные аспекты следует учитывать при организации международных туристических мероприятий? Обоснуйте свое мнение.</p> <p>4. Обсудите влияние технологий на современный туризм. Какие инновации наиболее значимы для туристической отрасли и почему?</p>                                                                                                                      |

Инструкция по выполнению. Выбрать один правильный ответ

Критерии оценивания: • 5 баллов выставляется, если обучающийся ответил правильно на 100-85% заданий теста; • 4 балла выставляется, если обучающийся ответил на 84-69 % заданий; • 3 балла выставляется, если обучающийся ответил на 68-50% заданий; 2 балла выставляется, если обучающийся ответил менее, чем на 50 % заданий.

### **Контрольная точка в форме диспута (устная).**

Диспут: обсуждение актуальных вопросов по тенденциям развития маркетинга и использования основных понятий маркетинга в повседневной и профессиональной деятельности студентов.

#### **Вопросы для диспута:**

Тема 1. Влияние туризма на социально - экономическое развитие стран мира. Статистика туристского дохода и туристского потока по странам мира  
Тема 2. Индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма. Понятие и механизм конкурентоспособности путешествий и туризма. Анализ показателей Республики Таджикистан по индексу конкурентоспособности.  
Тема 3. Туристский экспорт и импорт в разрезе меркантилистской теории. Меркантилистская теория и развития национального туризма. Теория абсолютных преимуществ и перспективы развития национального туризма.  
Тема 4. Основные понятие и тенденции развития туристической деятельности. «Туроператор», «Турагент» «Турпакет»: понятие и сущность. Принципы работы туроператоров и турагентств. Механизм туристического рынка и его элементы

Критерии оценивания:

Представление точки зрения. Оценивается чёткость речи, использование заметок, убедительность предложений, а также владение собой: непринуждённость, установление зрительного контакта с аудиторией, уважительное отношение к оппонентам.

Стратегия выступления. Оценивается организация речи и риторика: тщательность и целенаправленность аргументации, использование времени, убедительные формулировки.

Содержание. Оценивается качество доказательств и эффективность опровержений. Например, логическая и фактическая обоснованность аргументов, защита от контраргументов.

Командная работа. Оценивается сплочённость команды, их поведение: хорошая ли работа вместе, проявление уважения к оппонентам.

Обмен мнениями. Оценивается, предлагали ли участники конструктивные советы оппонентам, с какой вежливостью они делились отзывами.

Глубина поставленных и рассмотренных вопросов. Также важно оценить, насколько верными были ответы и качество этих ответов.

Активность и глубина подготовки отдельных подгрупп, участников и занятия в целом.

### **Контрольная точка - в форме деловой игры (устная).**

Тема 1. Порядок создания туристического предприятия, и организация его деятельности».

Основные этапы создания туристического предприятия.

Туроператорская и турагентская деятельность предприятий туризма.

Лицензирование туристской фирмы.

Стандартизация в туризме.

Тема 2. Механизм ценообразования турпродукта (Пакета туристских услуг).

Этапы ценообразования туристического продукта (турпакета).

Основные подходы и стратегии ценообразования турпродукта.

Тема 3. «Юридические аспекты будущего туристического агентства».

Регистрация турфирм: ИП против ООО.

Фирменное наименование и товарный знак.

Выбор вида туристской деятельности: турагент или туроператор.

Выбор режима налогообложения: оптимальные формы.

Документооборот турагент - туроператор.

Тема 4. Управление показателями деятельности туристического агентства

Воронка продаж как индикатор эффективности турагентства.

Грамотный подбор линейки туров (или, как подобрать ассортимент турагентства, чтобы зарабатывать круглый год).

Формирование, продвижение и реализация туристского продукта.

Тема 5. Турпакет.

Разновидности туров.

Документальное оформление тура и взаимоотношений турфирмы с клиентом.

Критерии оценивания:

5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно, деловая игра решена верно;

4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в проведенных расчётах;

3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог ответить на ключевые вопросы, задаваемые в рамках игры;

2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, не проведены расчеты в деловой игре.

### **Контрольная точка в форме коллоквиума (устная).**

Тема 1 Научные основы прогнозирования и планирования 1. Объективная необходимость прогнозирования и планирования в условиях ры-ночной экономики 2. Три формы предвидения: понятия, отличия, взаимосвязь 3. Сущность прогнозирования СЭР: понятие, цель, функции, типы прогнозов 4. Сущность государственного планирования СЭР: понятие, объекты, формы. Ос-новные виды плановых документов Тема 2 Государственное планирование и программирование 1. Содержание основных направлений деятельности Правительства РФ 2. Принципы разработки государственных программ 3. Содержание государственных программ 4. Критерии формирования целей государственных программ 5. Требования к целевым показателям и индикаторам госпрограмм 6. Порядок разработки государственных программ 7. Финансирование государственных программ 8. Государственная программа РФ «Развитие туризма» Тема 3 Методология прогнозирования и планирования 1. Понятие методологии прогнозирования и планирования. 2. Методы аналитических исследований. 3. Принципы прогнозирования и планирования. 4. Система показателей прогнозов и планов СЭР. 5. Особенности применения метода экстраполяции в прогнозировании СЭР. 6. Особенности применения экспертной оценки в прогнозировании СЭР. 7. Особенности применения балансового метода в планировании СЭР. 8. Особенности применения нормативного метода и моделирования

### **Методические рекомендации:**

Обучающийся может подготовить не более двух ответов на вопросы к коллоквиуму. Критерии оценивания одного ответа: 5 баллов выставляется обучающемуся, если он перечисляет все существенные характеристики обозначенного в вопросе предмета и возможные варианты дальнейшего развития решения проблемы, если это возможно; 4 балла, если студент раскрыл только часть основных положений вопроса, продемонстрировал неточность в представлениях о предмете вопроса; 3 балла, если студент обозначил общую траекторию ответа, но не смог конкретизировать основные компоненты; 2 балла, если студент не продемонстрировал знаний основных понятий, представлений об изучаемом предмете

### **Контрольная точка - в форме заданий (письменная).**

Задания на умения 1. Подберите верное определение различных форм предвидения 1. Гипотеза 1. научное предвидение, которое предполагает постановку определенной цели и отражение конкретных действий по достижению исследуемым объектом поставленной цели 2. Прогноз 2. научное предвидение, выдвигаемое для объяснения какого-либо явления 3. План 3. научное предвидение, которое строится на вероятностном, научно обоснованном суждении о перспективах развития объекта в будущем, его возможном состоянии, об альтернативных путях его достижения. 2. Укажите соответствие терминов их содержанию 1. стратегическое планирование 1. деятельность по целеполаганию, прогнозированию, планированию и программированию устойчивого СЭР и ОНБ РФ 2. национальный проект 2. документ стратегического планирования, содержащий комплекс планируемых мероприятий, направленных на получение уникальных результатов в условиях временных и ресурсных ограничений и обеспечивающих достижение национальных целей 3. государственная программа РФ 3. содержит комплекс планируемых мероприятий, взаимоувязанных по

задачам, срокам осуществления, исполнителям и ресурсам 3. Укажите функции участников стратегического планирования в РФ 1. Президент РФ 1. стратегическое планирование в области обеспечения национальной безопасности 2. Правительство РФ 2. определение методического обеспечения разработки и контроля реализации документов стратегического планирования 3. Совет Безопасности РФ 3. полномочия общего руководства, определение целей и приоритетов, направлений СЭР 4. . Распределите документы стратегического планирования, разрабатываемые в рамках: 1. целеполагания 1. основные направления деятельности Правительства РФ, национальные проекты, государственные программы РФ 2. прогнозирования 2. ежегодное послание Президента РФ Федеральному Собранию РФ, стратегия социально-экономического развития РФ 3. планирования и программирования 3. прогноз научно-технологического развития РФ, прогноз СЭР РФ на среднесрочный период

Задания на навыки 1.. Рассчитайте рост реальной заработной платы в прогнозируемом периоде. 2025 2026 2027 2027 в % к 2025 Индекс потребительских цен, %  $\times 108,0$  105,8  $\times$  Цепной индекс инфляции 1,000  $\times$  Базисный индекс инфляции 1,000  $\times$  Номинальная зарплата 74854 88285 99952 Реальная зарплата 2. Рассчитать прогнозную численность населения через 2 года на основании следующих данных: численность на начало периода 300 млн. чел., коэффициент рождаемости 12‰; коэффициент смертности 15 ‰; миграционный приток 0,5 млн. чел в год. Сделать вывод об изменении численности населения и возможном влиянии на деятельность туристической фирмы 3. Рассчитать темп экономического роста и темп прироста ВВП при значении его в базисном периоде 154 млрд. руб., в прогнозном периоде 175 млрд руб. Уровень инфляции - 6%. 4. Составьте прогноз инвестиций в основной капитал в РФ методами: - скользящего среднего с интервалом  $m=3$ : - методом экспоненциального сглаживания. Таблица 1 – Инвестиции в основной капитал в РФ Годы 2022 2023 2024 2025 прогноз млрд. руб. 28413 34039 39534

Критерии оценивания. «отлично» – студент правильно выполнил задание. Показал отличное владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы; «хорошо» – студент выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов; «удовлетворительно» – студент выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено много неточностей; «неудовлетворительно» – при выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неточностей

## **ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ**

### **Примерный список тем рефератов:**

Темы рефератов

1. Современные методы планирования и прогнозирования развития туризма
2. Демографические прогнозы РФ
3. Методологические основы разработки демографических прогнозов (на уровне РФ или субъекта федерации)
4. Основное содержание Государственной программы развития туризма Российской Федерации
5. Методологические основы планирования и составления программ развития туризма
6. Основное содержание Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года
7. Основное содержание Стратегии развития туризма в СКФО на период до 2035 года
8. Основное содержание Стратегии развития туризма в Ставропольском крае на период до 2030 года
9. Анализ инструментария реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года
10. Современные тенденции и перспективы развития туризма в мире и в Российской Федерации
11. Планирование и политика развития туризма на региональном и местном уровнях
12. Государственное стимулирование развития туризма в РФ
13. Основное содержание государственной программы Ставропольского края «Туристско-рекреационный комплекс» (2023 г.)
14. Анализ рисков реализации Стратегии развития туризма в Российской Федерации на

период до 2035 года

1. Объективная необходимость прогнозирования и планирования в условиях рыночной экономики
2. Три формы предвидения: понятия, отличия, взаимосвязь
3. Сущность прогнозирования социально-экономического развития
4. Сущность государственного планирования социально-экономического развития
5. Система государственного стратегического планирования
6. Стратегия развития туризма в РФ: цели, задачи, приоритетные виды туризма
7. Документы стратегического планирования, разрабатываемые в рамках планирования и программирования
8. Принципы разработки и содержание государственных программ
9. Порядок разработки государственных программ
10. Финансирование государственных программ
11. Государственная программа РФ «Развитие туризма»: цели, задачи, меры поддержки
12. Классификация методов прогнозирования и планирования. Экспертные методы
13. Формализованные методы прогнозных и плановых расчетов
14. Нормативный и балансовый методы планирования
15. Показатели прогнозов и планов
16. Принципы прогнозирования и планирования
17. Национальный проект «Туризм и гостеприимство»: основные цели и ключевые задачи, федеральные проекты

#### **Методические рекомендации по написанию реферата, требования к оформлению**

Реферат должен быть выполнен печатным способом на одной стороне бумаги формата А4 через полтора интервала. Цвет шрифта должен быть черным, шрифт TimesNewRoman, 14 пт- Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: верхнее и нижнее — 20 мм, левое — 30 мм, правое — 10 мм. Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и составлять 1,25 см.

- Выравнивание текста по ширине.
- Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах, формулах, применяя выделение жирным шрифтом, курсив, подчеркивание.
- Точку в конце заголовка не ставят. Если заголовок состоит из двух предложений, их разделяют точкой.
- Подчеркивать заголовки не допускается.
- Расстояние между заголовками раздела, подраздела и последующим текстом так же, как и расстояние между заголовками и предыдущим текстом, должно составлять 1 пробел.
- Название каждой части в тексте работы можно писать более крупным шрифтом, жирным шрифтом, чем весь остальной текст.
- Параграфы (подразделы) располагаются друг за другом.
- В тексте реферат рекомендуется чаще применять красную строку, выделяя законченную мысль в самостоятельный абзац.
- Перечисления, встречающиеся в тексте реферата, должны быть оформлены в виде маркированного или нумерованного списка.
- Все страницы обязательно должны быть пронумерованы. Нумерация листов должна быть сквозной. Номер листа проставляется арабскими цифрами.
- Нумерация листов начинается с третьего листа (после содержания) и заканчивается последним. На третьем листе ставится номер «3».
- Номер страницы на титульном листе и на содержании не проставляется!
- Номера страниц проставляются в центре верхней части листа без точки.

Список использованной литературы и приложения включаются в общую нумерацию листов. - Рисунки и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию листов и помещают по возможности следом за листами, на которых приведены ссылки на эти таблицы или иллюстрации. Таблицы и иллюстрации нумеруются последовательно арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать рисунки и таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы (рисунка) состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой. После цитаты необходимо делать ссылку на автора, например [№ источника в списке литературы; стр.]. Изложение должно быть последовательным. Недопустимы нечеткие формулировки, речевые и орфографические ошибки. При написании реферата используется научный стиль изложения

В подготовке реферата необходимо использовать материалы современных изданий не старше 5 лет.

Структура реферата включает: 1) титульный лист, 2) содержание, 3) введение, 4) основная часть 5) заключение, 6) список литературы, 7) приложение (необязательная часть) Структура работы должна быть четкой, обоснованной таким образом, чтобы была видна логика решения проблемы. Каждую новую часть следует начинать с новой страницы. Это же правило относится к другим основным структурным частям работы: содержанию, введению, заключению, списку литературы, приложениям.

Титульный лист содержит: 1) полное название учебного заведения; 2) название кафедры, на которой выполнялась работа; 3) наименование вида работы, дисциплины и темы; 4) данные об исполнителе с указанием фамилии, имени, отчества, номера студенческой группы; 5) указание должности лица, принявшего работу, его фамилии и инициалов; 6) год выполнения работы.

Содержание В содержании приводится перечень всех частей работы с указанием номера страницы. Названия частей работы в тексте и содержании должны совпадать. Для нумерации разделов используется простая иерархическая система на основе арабских цифр. Первой страницей реферата является титульный лист, на котором номер страницы не принято ставить. Второй страницей реферата является содержание (на нем также номер не проставляется). Таким образом, нумерация страниц начинается с титульного листа, но номера страниц начинают проставлять только с Введения. Номер страницы проставляется в ее верхней части по центру.

Введение к работе требует обязательное отражение в нем следующих пунктов: 1) введение в тему (проблему) работы; 2) обоснование выбора темы, определение ее актуальности и значимости для науки и практики; 3) определение основной цели работы и подчиненных ей более частных задач; обзор литературы по данной теме; 4) определение границ исследования (предмет, объект); 5) краткое описание использованных при написании работы источников Объем введения – 1-2 страницы

Основная часть За введением следует основная часть, в которой следует выделять смысловые подразделения, т.е. структурировать его. Требуется, чтобы все разделы и подразделы были примерно соразмерны друг другу как по структурному делению, так и по объему. В конце каждого раздела основной части необходимо дать краткие выводы. Объем основной части – 12-17 страниц Заключение В заключении необходимо суммировать все те выводы и научные достижения, которые были сделаны в работе, а также определить направления для дальнейших исследований в данной сфере. Объем заключения – 1-2 страницы.

Список литературы Каждый источник должен содержать следующие обязательные реквизиты: - фамилия и инициалы автора; - наименование; - издательство; - место издания; - год издания. Все источники, включенные в библиографию, должны быть последовательно пронумерованы и расположены в следующем порядке: - законодательные акты; - постановления Правительства; - нормативные документы; - статистические материалы; - учебная литература – в алфавитном порядке по первой букве фамилии автора; - периодические издания (газеты, журналы); - интернет-сайты.

Критерии оценки реферата. При оценке реферата преподаватель руководствуется следующими критериями: – соответствие содержания текста выбранной теме; – наличие четкой и логичной структуры; – качество аналитической работы, проделанной при написании реферата; 12 – использование адекватных выбранной теме литературных источников; – самостоятельность, невторичность текста; – обоснованность сделанных автором реферата выводов, соответствие их поставленной цели; – отсутствие орфографических, пунктуационных, стилистических, а также фактических ошибок; – соответствие оформления работы предъявляемым требованиям; – сдачи реферата в установленный срок.

### **5.3 ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ**

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы **8 семестр**

#### **Итоговый тест (с ответами) для проверки сформированности компетенций**

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

**1. Прочитайте текст и выберите правильный ответ** 1. Какова основная цель бизнес-планирования для действующего туристского предприятия?

- а) Получение кредита в банке.
- б) Формальное выполнение требования инвестора.
- в) Систематизация целей, определение путей их достижения и выявление потенциальных рисков.
- г) Создание рекламного буклета для клиентов.

**Правильный ответ в**

**2. Прочитайте текст и выберите правильный ответ** 2. Какой раздел бизнес-плана турагента должен содержать анализ целевой аудитории, ее потребностей и географии продаж?

- а) Финансовый план.
- б) Маркетинговый план.
- в) Организационный план.
- г) Резюме.

**Правильный ответ б**

**3. Прочитайте текст и выберите правильный ответ** 3. Ключевым отличием бизнес-плана от стратегического плана является:

- а) Бизнес-план всегда составляется на более длительный срок.
- б) Бизнес-план в большей степени ориентирован на конкретный проект, продукт или инвестиционное решение и имеет четкую структуру для внешних стейкхолдеров.
- в) Стратегический план содержит детальную финансовую модель.
- г) Стратегический план является обязательным документом для всех компаний.

**Правильный ответ б**

**4. Прочитайте текст и выберите правильный ответ** 4. Какой из перечисленных элементов НЕ является стандартным разделом бизнес-плана туристского предприятия?

- а) Анализ рисков.
- б) План по персоналу и организационная структура.
- в) Детальное описание экскурсионных маршрутов для всех предлагаемых туров.
- г) Описание компании и отрасли.

**Правильный ответ в**

**5. Прочитайте текст и выберите правильный ответ** Для обоснования экономической целесообразности проекта создания глэмпинга ключевым показателем в бизнес-плане будет:

- а) Количество упоминаний в социальных сетях.
- б) Срок окупаемости инвестиций (РВР).
- в) Широта ассортимента дополнительных услуг.
- г) Количество построенных палаток.

Правильный ответ: Б)

**6. Прочитайте текст и выберите правильный ответ** При составлении бизнес-плана для открытия нового экскурсионного бюро, в каком разделе необходимо детально прописать требования к квалификации гидов, график их работы и систему оплаты труда?

- а) Маркетинговый план.
- б) Производственный (операционный) план.
- в) Организационный план.
- г) Финансовый план.

Правильный ответ: в)

**7. Установите соответствие между типом рыночной структуры и ее описанием в туризме:**

- 1. Монополия
- 2. Олигополия
- 3. Монополистическая конкуренция

А. Рынок, на котором множество агентств предлагают дифференцированные услуги (разные направления, уровень сервиса, бренды). Характерно для розничного туризма.

Б. Ситуация, когда один поставщик контролирует ключевой ресурс (например, единственный аэропорт в удаленном регионе).

В. Рынок, на котором доминирует небольшое число крупных туроператоров (например, на рынке массового пляжного туризма).

**Правильный ответ** 1-Б, 2-В, 3-А

**8. Установите соответствие между методом анализа внутренней среды и его характеристикой:**

1. SWOT-анализ
2. Анализ цепочки ценности
3. Анализ ресурсов и компетенций

А. Выявление ключевых видов деятельности, которые создают ценность для клиента и где можно получить преимущество.

Б. Структурированное описание сильных и слабых сторон (внутреннее), возможностей и угроз (внешнее).

В. Оценка материальных, нематериальных и организационных активов компании, которые являются источником устойчивого конкурентного преимущества.

**Правильный ответ:** 1-Б, 2-А, 3-В

**9. Прочитайте текст и выберите правильный ответ.** Анализ внутренней среды предприятия направлен в первую очередь на выявление:

- а) Угроз со стороны новых игроков на рынке.
- б) Сильных и слабых сторон самой компании.
- в) Изменений в законодательстве.
- г) Потребительских предпочтений.

**Правильный ответ:** Б)

1

0 а) Количество туристских предприятий, работающих в регионе.

. б) Общее количество туристов, посетивших регион за год.

П в) Максимально возможный объем продаж туруслуг в регионе за определенный период при данном уровне цен и потребительском спросе.

о г) Доля рынка, которую планирует занять компания.

**Правильный ответ:** в)

**11. Установите правильную последовательность основных этапов разработки бизнес-плана:**

т А. Сбор и анализ информации о рынке и конкурентах.

а Б. Формулировка миссии и стратегических целей проекта.

й В. Написание резюме.

т Г. Разработка финансовых прогнозов.

е Д. Составление детальных планов: маркетингового, операционного, организационного.

Правильная последовательность: Б → А → Д → Г → В

**12. Установите соответствие между разделом бизнес-плана и его основным содержанием:**

е 1. Резюме

к 2. Производственный план

с 3. Финансовый план

т А. Расчет себестоимости туруслуги, план закупок, описание технологического процесса оказания услуг.

и Б. Прогноз прибылей и убытков, движение денежных средств, точка безубыточности.

В. Сжатое изложение всей сути проекта, ключевые показатели и выводы.

**Правильный ответ** 1-В, 2-А, 3-Б

**13. Установите соответствие:** между этапом методики разработки бизнес-плана и его содержанием:

е 1. Подготовительный этап

р 2. Этап разработки

и 3. Этап презентации

т А. Непосредственное написание всех разделов плана, проведение расчетов.

е Б. Определение целей планирования, сбор исходных данных, формирование рабочей группы.

В. Подготовка презентационных материалов для инвесторов или руководства.

**Правильный ответ** 1-Б, 2-А, 3-В

р

а

в

и

14. **Установите** правильную последовательность. Расположите в правильном порядке разделы бизнес-плана с точки зрения их расположения в документе (после резюме):

- А. Маркетинговый план.
- Б. Финансовый план.
- В. Описание компании и услуг.
- Г. Анализ рисков.

Правильная последовательность: В → А → Б → Г

15. **Прочитайте текст и выберите правильный ответ:** К какому элементу анализа структуры рынка (по Портеру) относится усиление переговорной силы поставщиков авиабилетов?

- а) Угроза появления продуктов-заменителей.
- б) Конкуренция среди существующих игроков.
- в) Рыночная власть поставщиков.
- г) Рыночная власть потребителей.

**Правильный ответ -В,**

ПК-4 Способен учитывать социальные, политические и культурные процессы для принятия эффективных управленческих решений в сфере туризма

16. **Установите соответствие** между методом исследования потребителей и его сущностью.

- 1. Опрос
- 2. Наблюдение
- 3. Эксперимент
- 4. Фокус-группа

- А. Фиксация поведения туристов на сайте или в точке продаж без прямого вмешательства.
- Б. Групповое обсуждение темы с целью получения качественных данных.
- В. Сбор первичной информации путем прямого задавания вопросов респондентам.
- Г. Тестирование реакции на новое предложение (например, скидку) на отдельной группе клиентов.

**Правильный ответ:** 1-В, 2-А, 3-Г, 4-Б

17. **Установите соответствие** между фактором потребительского поведения и его примером.\*\*

- 1. Личностный фактор
- 2. Психологический фактор
- 3. Социальный фактор
- 4. Культурный фактор

- А. Семейные традиции отдыхать на море.
- Б. Выбор экскурсионного тура из-за высокого уровня любознательности.
- В. Выбор отеля категории 5\* из-за желания подчеркнуть свой статус.
- Г. Отказ от поездки в определенную страну из-за предубеждений, сформированных СМИ.

**Правильный ответ** 1-В, 2-Г, 3-А, 4-Б

18. **Прочитайте текст и выберите правильный ответ** Учет традиций, религиозных норм и особенностей поведения принимающего населения при проектировании курортной зоны направлен на:

- а) Увеличение налоговой базы
- б) Предотвращение культурного конфликта (социокультурного шока) и сохранение дестинации
- в) Снижение затрат на электроэнергию
- г) Автоматизацию процессов бронирования

**Правильный ответ б**

19. **Прочитайте текст и выберите правильный ответ** Какой социальный фактор оказывает наибольшее влияние на рост популярности туров выходного дня и коротких поездок (staycation)?

- а) Снижение общего уровня доходов населения
- б) Ускорение темпа жизни и фрагментация свободного времени
- в) Рост рождаемости
- г) Ужесточение визового режима

**20. Прочитайте текст и выберите правильный ответ**

**Правильный ответ б**

**21. Установите правильную последовательность** Расположите этапы проведения маркетингового исследования потребителей в логической последовательности.

- А. Сбор информации.
- Б. Определение проблемы и целей исследования.
- В. Интерпретация данных и подготовка отчета.
- Г. Анализ собранной информации.
- Д. Разработка плана исследования (выбор методов, определение выборки).

Правильная последовательность: Б, Д, А, Г, В

**22. Установите правильную последовательность** Расположите этапы процесса принятия решения о покупке сложного туристского продукта (например, индивидуального тура) в правильной последовательности.

- А. Послепокупочная оценка (формирование лояльности или негатива).
- Б. Поиск и анализ информации о турах, отелях, отзывах.
- В. Осознание потребности в отдыхе или путешествии.
- Г. Оценка альтернатив и выбор окончательного варианта.
- Д. Непосредственное приобретение тура.

Правильная последовательность: В, Б, Г, Д, А

**23. Установите правильную последовательность** этапов проведения SWOT-анализа:

- А. Ранжирование факторов по степени важности и вероятности.
- Б. Сбор информации о внешней и внутренней среде.
- В. Формулирование стратегических действий (как использовать сильные стороны для захвата возможностей и нейтрализации угроз).
- Г. Выявление и списковое оформление сильных/слабых сторон, возможностей/угроз.

**Правильный ответ Б → Г → А → В**

**24. Установите правильную последовательность** Расположите в правильном порядке шаги расчета емкости рынка методом «сверху-вниз»:

- А. Определение доли целевого сегмента (например, жители города N) в общенациональном рынке.
- Б. Получение данных об общей емкости рынка страны из отраслевых исследований.
- В. Расчет емкости рынка для целевого сегмента.

**Правильный ответ Б → А → В**

**25. Прочитайте текст и выберите правильный ответ.** Какой метод расчета емкости рынка основан на использовании данных о производстве, импорте, экспорте и остатках товара?

- а) Метод цепочки показателей.
- б) Метод на основе норм расходования.
- в) Метод индекса исследовательской панели.
- г) Метод суммирования рынков.

**Правильный ответ а**

**26. Прочитайте текст и выберите правильный ответ.** Какой метод изучения потребителей является наиболее релевантным для выявления скрытых, глубинных мотивов выбора тура?

- а) Статистический анализ продаж.
- б) Фокус-группа
- в) Наблюдение за поведением в офисе продаж.
- г) Анализ данных поисковых запросов.

Правильный ответ: Б)

**27. Прочитайте текст и выберите правильный ответ.** К какому типу факторов потребительского поведения относится «мода на определенные направления»?

- а) Личностные.
- б) Психологические.
- в) Социально-культурные.
- г) Экономические.

**Правильный ответ: в)**

**28. Прочитайте текст и выберите правильный ответ.** Что является конечной целью изучения потребительского поведения в туризме?

- а) Увеличение штата маркетологов.
- б) Снижение стоимости туров любой ценой.
- в) Принятие эффективных маркетинговых решений для удовлетворения потребностей клиентов и увеличения прибыли.
- г) Сокращение ассортимента предлагаемых туров.

**Правильный ответ: в)**

**29. Прочитайте текст и выберите правильный ответ.** При анализе внутренней среды небольшого турагентства выявлено, что у него самая низкая арендная плата за офис в городе благодаря старым отношениям с арендодателем. К какому типу ресурсов это относится?

- а) Материальные ресурсы.
- б) Финансовые ресурсы.
- в) Нематериальные ресурсы (отношения).
- г) Человеческие ресурсы.

\*Обоснование: Это нематериальный ресурс, так как это не физический актив, а выгода, полученная из долгосрочных неформальных отношений (репутация, договоренности), которые дают экономическое преимущество.\*

**Правильный ответ: в)**

**30. Прочитайте текст и выберите правильный ответ.** Для оценки потенциала роста рынка автобусных экскурсий в историческом городе наиболее релевантным будет расчет:

- а) Доли рынка главного конкурента.
- б) Емкости рынка.
- в) Рентабельности продаж.
- г) Коэффициента текучести кадров.

\*Обоснование: Емкость рынка показывает максимально возможный объем продаж в данном городе, что прямо указывает на потенциал роста для всех игроков, включая нового или существующего.\*

**Правильный ответ: Б)**

Инструкция по выполнению. При ответе на вопросы:

Выбрать один правильный ответ. Дополнить фразу, сопоставить, установить последовательность

Вопросы для самостоятельной подготовки к экзамену и зачету

1. Нормативно-правовая основа планирования численности персонала в деятельности предприятия сервиса.
2. Ценовая политика предприятия сервиса
3. Качество в индустрии услуг и стандарты обслуживания
4. Продвижение в комплексе маркетинга услуг
5. Влияние рекламы на поведение потребителей организации сферы услуг
6. Типология организационных структур управления предприятия сервиса: их преимущества, недостатки и особенности применения
7. Роль коллектива в создании имиджа фирмы
8. Особенности поведения потребителя на рынке услуг
9. Предприятие сервиса как клиентоориентированная организация
10. Внутренний маркетинг в организациях сферы услуг
11. Рынок труда и взаимоотношения работодателей с наемными рабочими
12. Особенности мотивации и стимулирования труда управленческого персонала
13. Нормирование труда
14. Клиентская лояльность и маркетинг взаимоотношений
15. Управление этапами жизненного цикла услуг

16. Культура обслуживания как базовый элемент качества обслуживания
17. Мотивация как функция сервисного менеджмента
18. Особенности профессионального поведения в сфере сервиса
19. Организация маркетинговых исследований на предприятии сервиса.
20. Планирование на предприятиях сервиса в условиях конкуренции.
21. Прогнозирование спроса на услуги как основа развития прогнозирования в сфере сервиса.
22. Качество организации обслуживания как основной фактор конкурентоспособности предприятий сервиса.
23. Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятий сервиса.
24. Коммерческие инновации в сфере сервиса.
25. Мотивация труда на предприятиях сервиса
26. Планирование заработной платы
27. Стандартизация и сертификация услуг
28. Планирование рекламной деятельности
29. Теоретические аспекты ценообразования на предприятиях сервиса
30. Перспективные направления развития сервисных услуг
31. Оценка уровня удовлетворенности клиентов
32. Факторы и пути повышения производительности труда
33. Планирование персонала на предприятии сервиса
34. Особенности жизненного цикла услуги
35. Способы формирования потребительского спроса
36. Прогрессивные формы обслуживания потребителей услуг
37. Ценовая политика в сервисной деятельности и пути ее совершенствования
38. Трудовые ресурсы и организация труда на предприятии сервиса
39. Планирование ассортиментной политики предприятия сервиса
40. Совершенствование методов продвижения и стимулирования услуг
41. Продвижение в комплексе маркетинга сферы услуг
42. Оплата труда в сфере услуг
43. Контактная зона и коммуникативное пространство в сервисной деятельности
44. Характеристики рисков при организации сервисных услуг
45. Методы учета затрат и калькулирования себестоимости. Системы учета затрат
46. Внутрифирменное планирование деятельности предприятия сервиса
47. Потребительский рынок услуг, показатели его оценки
48. Труд как фактор производства. Спрос и предложение на рынке труда

## **6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ**

Комплект оценочных средств хранится на кафедре, подлежит обновлению по мере необходимости. Для промежуточной аттестации в виде экзамена каждое ОС по дисциплине обновляется и утверждается за 14 дней до начала сессионного периода и хранится в недоступном месте от несанкционированного доступа. Ответственность несет кафедра.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ОПОП регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Текущий контроль успеваемости является формой контроля качества знаний обучающихся, осуществляемого в межсессионный период обучения с целью определения качества освоения ОПОП.

Текущий контроль успеваемости осуществляется: на лекциях, практических (семинарских) занятиях, в рамках контроля самостоятельной работы.

Обучающиеся заранее информируются о критериях и процедуре текущего контроля успеваемости преподавателями по соответствующей учебной дисциплине (модуля).

Успеваемость при текущем контроле характеризует объем и качество выполненной

обучающимся работы по дисциплине (модулю).

Педагогические виды и формы, используемые в процессе текущего контроля успеваемости обучающихся, определяются методической комиссией кафедры. Выбираемый вид текущего контроля обеспечивает наиболее полный и объективный контроль (измерение и фиксирование) уровня освоения результатов обучения по дисциплине.

Преподаватели предоставляют сведения о текущей успеваемости обучающихся в рамках проведения текущей аттестации в семестре в деканаты/ учебный отдел института в сроки, определенные внутренними распорядительными документами института.

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

Преподаватель, ведущий занятия семинарского типа, проводит аттестацию обучающихся за прошедший период. Аттестация проводится, если проведено не менее 3 практических (семинарских) или лабораторных занятий, в установленные деканатом сроки, не реже 1 раза за учебный семестр. Обучающиеся аттестуются путем выставления в соответствующую групповую ведомость записей по системе: «аттестован» или «не аттестован».

Преподаватель, проставляя итоги текущей аттестации, доводит результаты аттестации до сведения студенческой группы и объясняет причины отрицательной аттестации по запросу обучающегося.

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

- результаты работы на занятиях, показанные при этом знания по дисциплине (модулю), усвоение навыков практического применения теоретических знаний, степень активности на практических (семинарских) занятиях;
  - результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;
  - результаты выполнения контрольных работ;
  - результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;
  - результаты личных бесед со студентами по материалу учебной дисциплины (модуля);
  - посещение студентами, семинарских и практических занятий, лабораторных работ;
  - своевременная ликвидация задолженностей по пройденному материалу, возникших вследствие пропуска занятий либо неудовлетворительных оценок по результатам работы на занятиях.
- результаты прохождения контрольных точек по дисциплине.

**Промежуточная аттестация** обучающихся института является формой контроля результатов обучения по дисциплине с целью комплексного определения соответствия уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся требованиям, установленным образовательной программой.

Формирование оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины осуществляется с использованием пятибалльной системы оценки знаний обучающихся.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций. Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Текущий контроль успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 5 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена и зачета с оценкой. Экзамен проводится по расписанию экзаменационной сессии в письменном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 30. Проверка ответов и объявление результатов производится в день экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## **7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С**

## ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Адаптированные оценочные материалы содержатся в адаптированной ОПОП. Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

Самостоятельная работа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов позволяет своевременно выявить затруднения и отставание и внести коррективы в учебную деятельность. Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования, электронных тренажеров и т.п.).

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа. Для обучающихся с нарушениями зрения предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в устной форме. Для обучающихся с нарушениями слуха предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в письменной форме.

Таблица 7.1. Категории обучающихся с ОВЗ, способы восприятия ими информации и методы их обучения.

| Категории обучающихся по нозологиям         |                                                                             | Методы обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| с нарушениями зрения                        | Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой                  | Аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения;                                                                                                                                                                                    |
|                                             | Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой  | визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания; аудио-визуальные, основанные на представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие. |
| С нарушениями слуха                         | Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный                | визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания. Могут использоваться при условии, что аудиальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями слуха;                                                                                                                                                                              |
|                                             | Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой | аудио-визуальные, основанные на представлении учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.        |
| С нарушениями опорно-двигательного аппарата | Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>— визуально-кинестетические;</li> <li>— аудио-визуальные;</li> <li>— аудиально-кинестетические;</li> <li>— аудио-визуально-кинестетические.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                             |

Таблица 7.2. – Способы адаптации образовательных ресурсов.

Условные обозначения:

«+» —образовательный ресурс, не требующий адаптации;

«АФ» — адаптированный формат к особенностям приема-передачи информации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ формат образовательного ресурса, в том числе с использованием специальных технических средств;

«АЭ»— альтернативный эквивалент используемого ресурса

| Категории обучающихся по нозологиям         |               | Образовательные ресурсы |                                                                            |                                                |                                                 |                                                                                   |
|---------------------------------------------|---------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
|                                             |               | Электронные             |                                                                            |                                                |                                                 | Печатные                                                                          |
|                                             |               | мультимедиа             | графические                                                                | аудио                                          | текстовые, электронные аналоги печатных изданий |                                                                                   |
| С нарушениями зрения                        | Слепые        | АФ                      | АЭ (например, создание материальной модели графического объекта (3Dмодели) | +                                              | АЭ (например, аудио описание)                   | АЭ (например, печатный материал, выполненный рельефно-точечным шрифтом Л. Брайля) |
|                                             | Слабовидящие  | АФ                      | АФ                                                                         | +                                              | АФ                                              | АФ                                                                                |
| С нарушениями слуха                         | Глухие        | АФ                      | +                                                                          | АЭ (например, текстовое описание, гиперссылки) | +                                               | +                                                                                 |
|                                             | Слабослышащие | АФ                      | +                                                                          | АФ                                             | +                                               | +                                                                                 |
| С нарушениями опорно-двигательного аппарата |               | +                       | +                                                                          | +                                              | +                                               | +                                                                                 |

Таблица 7.3. - Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ

| Категории обучающихся по нозологиям         | Форма контроля и оценки результатов обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| С нарушениями зрения                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>– устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;</li> <li>– с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.</li> </ul>     |
| С нарушениями слуха                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>– письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;</li> <li>– с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.</li> </ul> |
| С нарушениями опорно-двигательного аппарата | <ul style="list-style-type: none"> <li>– письменная проверка, с использованием специальных технических средств (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.;</li> <li>– устная проверка, с использованием специальных технических средств</li> </ul>        |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.;<br>– с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, Графические работы, дистанционные формы - предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### **7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ**

Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с использованием оценочных средств, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации, в том числе с использованием специальных технических средств.

Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ направлен на своевременное выявление затруднений и отставания в обучении и внесения коррективов в учебную деятельность. Возможно осуществление входного контроля для определения его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

### **7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ**

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа. Промежуточная аттестация, при необходимости, может проводиться в несколько этапов. Для этого рекомендуется использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала. Формы и срок проведения рубежного контроля определяются