

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал)
Тюменского государственного университета

УТВЕРЖДАЮ

Директор

Шилов С.П.



ПМ.03. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТУРОПЕРАТОРСКИХ УСЛУГ
Фонд оценочных средств профессионального модуля для обучающихся по программе
подготовки специалистов среднего звена
43.02.10 Туризм
(базовая подготовка)
Форма обучения - очная

Панишев Е.А. Фонд оценочных средств профессионального модуля ПМ.03. Предоставление туроператорских услуг для обучающихся по программе подготовки специалистов среднего звена 43.02.10 Туризм. Форма обучения – очная. Тобольск, 2020.

Фонд оценочных средств профессионального модуля ПМ.03. Предоставление туроператорских услуг разработан на основе ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 7 мая 2014 года, № 474.

© Тобольский педагогический институт им. Д.И. Менделеева (филиал) Тюменского государственного университета, 2020

© Панишев Е.А., 2020

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика фонда оценочных средств.....4
2. Паспорт фонда оценочных средств.....6
3. Типовые задания для оценки освоения профессионального модуля.....6

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения профессионального модуля

Фонд оценочных средств профессионального модуля ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг» является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.10 Туризм.

Фонд оценочных средств профессионального модуля может быть использован в профессиональной подготовке студентов по квалификации – специалист по туризму.

1.2. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения модуля.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен овладеть следующими компетенциями:

ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес

ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество

ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности

ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий

ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности

ПК 3.1 Проводить маркетинговые исследования рынка туристских услуг с целью формирования востребованного туристского продукта

ПК 3.2 Формировать туристский продукт

ПК 3.3 Рассчитывать стоимость туристского продукта

ПК 3.4 Взаимодействовать с турагентами по реализации и продвижению туристского продукта

| Код ПК, ОК | Умения | Знания | Практический опыт |
|--|--|---|---|
| ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 | У1 - осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами; составить анкету, провести опрос респондентов | 31 -основные постулаты туроперейтинга, виды рекламного продукта; 32 - правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках; основных и дополнительных услуг в | ПО1 проведения маркетинговых исследований и создания базы данных по туристским продуктам; ПО2 планирования |

| | | | |
|---------------------------------|---|--|--|
| <p>ОК 9 ПК 3.1- 3.4</p> | <p>У2 - проводить анализ деятельности других туркомпаний; сформировать туристский продукт, учитывая пожелания туристов; У3 - работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации; У4 - обрабатывать информацию и анализировать результаты; составить программу продвижения туристского продукта У5 - налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран; У6 - работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных; У7 - работать с информационными и справочными материалами; У8 - составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов; У9 – составлять турпакеты с использованием иностранного языка; У10 - рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; составить калькуляцию тура на группу и на отдельного туриста У11 - рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта; У12 - использовать каталоги и ценовые приложения; У13 - консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта; У14 - предоставлять информацию турагентам по рекламным турам</p> | <p>составе туристского продукта 33 - способы обработки статистических данных; методику расчета стоимости туристского продукта); 34 - планирование программ турпоездов; способов продажи и продвижения туристского продукта 35 - основные правила и методику составления программ туров; 36 - методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания; 37 - методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта; 38 - методику создания агентской сети и содержание агентских договоров; 39 - основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта; 310 - методику организации рекламных туров; 311 - правила расчетов с турагентами и способы их поощрения; 312 - основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований; 313 - технику проведения рекламной кампании; 314 - методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов</p> | <p>программ турпоездов, составления программ тура и турпакета; ПО3 - предоставления сопутствующих услуг; ПО4 - расчета себестоимости услуг, включенных в состав тура, и определения цены турпродукта; ПО5 взаимодействия с турагентами по реализации турпродукта; ПО6 - работы с российскими и иностранными клиентами и агентами по продвижению турпродукта на рынке туристских услуг; ПО7 - планирования рекламной кампании, проведения презентаций, включая работу на специализированных выставках</p> |
|---------------------------------|---|--|--|

2. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

| п/п | Темы дисциплины, МДК, разделы (этапы) практики, в ходе текущего контроля, вид промежуточной аттестации с указанием семестра | Код контролируемой компетенции (или её части), знаний, умений | Наименование оценочного средства (с указанием количества вариантов, заданий и т.п.) |
|-----|---|---|---|
| 1. | МДК.03.01 Технология и организация туроператорской деятельности. Промежуточная аттестация – зачет (3 семестр). | У1 – У14, 31 – 314, ОК1- ОК9, ПК 3.1.-ПК 3.4. ПО1-ПО7 | Промежуточная аттестация – ПМ.03.ЭК – квалификационный |
| 2. | МДК.03.02 Маркетинговые технологии в туризме. Промежуточная аттестация –зачет (3 семестр). | | |

3.ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

| | |
|---|---|
| Промежуточная аттестация – ПМ.03.ЭК – квалификационный | У1 – У14, 31 – 314, ОК1- ОК9, ПК 3.1.-ПК 3.4. ПО1-ПО7 |
|---|---|

Квалификационный экзамен

В рамках квалификационного экзамена студенты отвечают на теоретические вопросы и выполняют задания:

№ 1

1. Туризм как система понятий и определений.
 2. Сущность, функции и особенности маркетинга в сфере туризма.
 3. Назовите главные принципы классификации путешествующих лиц и их основные категории. Можно ли отнести перечисленных ниже путешествующих лиц к категории туристов:
 - россиян, совершающих челночные рейсы на дешевые вещевые рынки Турции, Китая и некоторых других государств;
 - ограниченный контингент международных сил ООН по поддержанию мира в странах Ближнего Востока;
 - молодоженов, отправляющихся в свадебное путешествие за границу;
 - политического лидера из Тюмени, находящегося в Екатеринбурге с деловым визитом;
 - участников авторалли Париж-Дакар;
 - беженцев.
- Аргументируйте свой ответ.

№ 2

1. Виды туризма.

2. Управление системой маркетинга: задачи и концепции.
3. Какие виды туризма развиты в г. Тобольске? Какие виды туризма имеют перспективы развития? Какие виды туризма для развития в г. Тобольске перспектив развития не имеют? Обоснуйте свой ответ.

№ 3

1. Государственное регулирование туристской деятельности.
2. Стратегия и тактика маркетинга. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс).
3. Приведите примеры открытых вопросов, которые можно использовать при проведении маркетинговых исследований с целью изучения спроса потребителей на туристские путешествия.

№ 4

1. Туроператоры. Классификация туроператоров.
2. Маркетинговое исследование: основные направления, виды, этапы и методы проведения. Маркетинговая информация и инструменты ее сбора.
3. Сформулируйте пять вопросов с выборочным ответом для проведения письменного опроса потребителей в рамках маркетингового исследования с целью изучения их мнения о качестве услуг туристского агентства.

№ 5

1. Турагенты. Классификация и функции турагентов.
2. Изучение конъюнктуры и определение емкости рынка туристских услуг.
3. Разработайте матрицу БКГ для четырех турагентств г. Тобольска и обоснуйте расположение турфирм в ней.

№ 6

1. Туроператоры и турагенты.
2. Изучение потребителей и конкурентов.
3. От реализации турпродукта туроператор получил прибыль 372500 рублей. Рассчитайте процент комиссионных турагента в 7, 10, 12 %.

№ 7

1. Роль и место транспортных услуг на туристском рынке.
2. Сегментация рынка: основные признаки и этапы. Позиционирование товара.
3. Сформулируйте параметры эффективности рекламы и оцените по ним рекламу одного из предприятий сферы туризма г. Тобольска.

№ 8

1. Средства размещения. Отношения туроператоров и средств размещения.
2. Планирование ассортимента услуг в сфере туризма.
3. Составьте программу работы на международной туристской выставке «Открой свою Сибирь!» турфирмы г. Тобольска.

№ 9

1. Жизненный цикл туристского продукта.
2. Комплекс услуг предприятий питания и его роль в туризме.
3. Назовите виды поощрений турагентств.

№ 10

1. Цены: виды и управление изменением. Стратегии ценообразования в сфере туризма.

2. Сектор развлечений.
3. Проанализируйте PR-деятельность одной из турфирм г. Тобольска и дайте оценку ее результативности.

№11

1. Реклама в сфере туризма.
2. Турпродукт как пакет услуг.
3. Разработайте макет рекламного объявления для конкретного туристского продукта, учитывая следующие вопросы:
 - а. На кого ориентирован?
 - б. Что вы хотите сказать о качестве вашего продукта?
 - в. Какой формы должно быть ваше объявление?
 - г. Какие рекламносители вы будете использовать (СМИ, рекламные щиты, киоски, TV)?
 - д. Когда должна выйти ваша реклама?

№ 12

1. Стимулирование сбыта и его основные методы. Паблик-релейшнз.
2. Туристские формальности
3. Назовите основные проблемы маркетинговой деятельности турфирм г. Тобольска.

№ 13

1. Основные и дополнительные услуги.
2. Маркетинговое планирование: задачи, виды, процесс. Бюджет маркетинга и методы его определения.
3. Разработайте предложение новой туристской услуги турфирм г. Тобольска и обоснуйте ее перспективность.

№ 14

1. Программа обслуживания туристов. Основные требования к программе обслуживания.
2. Организация и деятельность маркетинговой службы предприятия.
3. Составьте программу пребывания туристов в г. Тобольске 2 дня / 1 ночь

№ 15

1. Экскурсионное обслуживание туристов.
2. Контроль и контроллинг в системе маркетинга.
3. Сформулируйте пять вопросов с выборочным ответом для проведения письменного опроса потребителей в рамках маркетингового исследования с целью изучения их мнения о качестве услуг туристского агентства.

№16

1. Проблема обеспечения безопасности в туризме
2. Экспозиционно-выставочная деятельность туроператора
3. Приведите примеры стимулирования потребителей турпродукта

№ 17

1. География туристского спроса. География религиозного туризма
2. Паблик-релейшнз.

3. Особенности подготовки и проведения туристских маршрутов на религиозную тематику

№ 18

1. География туристского спроса. География лечебно-оздоровительного туризма
2. Международный маркетинг и его особенности.
3. Назовите основные ресурсы лечебного туризма. Какие из них существуют в Тюменском регионе?

ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Экзамен квалификационный по профессиональному модулю проводится только после успешного освоения всех его элементов (успешного прохождения промежуточной аттестации по ним): МДК.03.01. Технология и организация туроператорской деятельности, МДК. 03.02. Маркетинговые технологии в туризме, УП 03.01 Технология туроператорской деятельности, ПП 02.01 Организация туроператорской деятельности.

Квалификационный экзамен проводится в форме ответов на теоретические вопросы решения задач. При его проведении предполагается выявление, как знаний теоретических вопросов, так и сформированных умений, и практического опыта обучающихся в процессе выполнения практических заданий. Также в процессе квалификационного экзамена проверяется освоение обучающимися общих и профессиональных компетенций.

По итогам сдачи экзамена ставится оценка «освоено» / «не освоено». В качестве критерия оценивания знаний студентов при сдаче экзамена выбрана следующая система:

«Освоено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; владеет основными терминами и понятиями изученных курсов; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт; правильно выполнил и объясняет выполнение практического задания; освоил все общие и профессиональные компетенции по модулю или в основном освоил.

«Не освоено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изучения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курсов или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные вопросы или отсутствие ответов; не выполнил или неправильно выполнил практическое задание, демонстрирует не освоенность всех общих и профессиональных компетенций по модулю.

ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Экзамен квалификационный по профессиональному модулю проводится только после успешного освоения всех его элементов (успешного прохождения промежуточной аттестации по ним): МДК.02.01. Технология и организация сопровождения туристов, МДК. 02.02. Организация досуга туристов, УП 02.01 Организация деятельности по сопровождению туристов, ПП 02.01 Организация сопровождения туристов.

Квалификационный экзамен проводится в форме ответов на теоретические вопросы решения задач. При его проведении предполагается выявление, как знаний теоретических вопросов, так и сформированных умений, и практического опыта обучающихся в процессе выполнения практических заданий. Также в процессе квалификационного экзамена проверяется освоение обучающимися общих и профессиональных компетенций.

По итогам сдачи экзамена ставится оценка «освоено» / «не освоено». В качестве критерия оценивания знаний студентов при сдаче экзамена выбрана следующая система:

«Освоено» - выставляется при условии, если студент показывает хорошие знания изученного учебного материала; владеет основными терминами и понятиями изученных курсов; показывает умение переложить теоретические знания на предполагаемый практический опыт; правильно выполнил и объясняет выполнение практического задания; освоил все общие и профессиональные компетенции по модулю или в основном освоил.

«Не освоено» - выставляется при наличии серьезных упущений в процессе изучения учебного материала; в случае отсутствия знаний основных понятий и определений курсов или присутствии большого количества ошибок при интерпретации основных определений; если студент показывает значительные затруднения при ответе на предложенные вопросы или отсутствие ответов; не выполнил или неправильно выполнил практическое задание, демонстрирует не освоенность всех общих и профессиональных компетенций по модулю.