федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Р. Филиппова»

Агротехнический колледж

«УТВЕРЖДАЮ»
Директор АТК
_____
_____
«___» _____ 20 ___г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

ПМ.01. Предоставление турагентских услуг

МДК.01.01.Технология продаж и продвижение турпродукта

Специальность

43.02.10 Туризм

Квалификация выпускника

Специалист по туризму

Составитель _____

Согласовано:

Председатель методической комиссии АТК_____

«____» _____ 20___ г.

ОГЛАВЛЕНИЕ


| | | Стр. |
|---|---|---|
| 1. | ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 4 |
| 2. | ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ. | 6 |
| 3. | РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 6 |
| 4. | СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ | 8 |
| 5 | ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ | 12 |

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Фонд оценочных средств (ФОС) для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта разработан в соответствии с рабочей программой, входящей в ППССЗ СПО для специальности 43.02.10 Туризм. Комплект оценочных средств по междисциплинарному курсу МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта предназначен для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям образовательной программы, в том числе рабочей программы междисциплинарного курса МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта, для оценивания результатов обучения: знаний, умений, владений.

Фонд оценочных средств по междисциплинарному курсу МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта включает:

1. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости:

- вопросы входного контроля;
- задачи;
- темы для доклада.

2.Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации в форме:

- вопросы к дифференцированному зачету.

## 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА МДК.01.01 ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДАЖ И ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРПРОДУКТА

| | |
|---|---|
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | |
| Знать: | Уметь: |
| сущность и социальную значимость своей будущей профессии | проявлять к будущей профессии устойчивый интерес |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | |
| Знать: | Уметь: |
| методы и способы выполнения профессиональных задач | организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество |
| О К 3 . Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях | |
| Знать: | Уметь: |
| алгоритмы действий в чрезвычайных ситуациях | принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, в т.ч. ситуациях риска, и нести за них ответственность |
| ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | |
| Знать: | Уметь: |
| круг профессиональных задач, профессионального и личностного развития | осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития |
| ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности | |
| Знать: | Уметь: |
| современные средства коммуникации и возможности передачи информации | использовать информационные технологии в профессиональной деятельности |
| ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | |
| Знать: | Уметь: |
| круг профессиональных задач, профессионального и личностного развития | осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития |
| ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролироватьих работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий | |
| Знать: | Уметь: |
| современные средства коммуникации и возможности передачи информации | использовать информационные технологии в профессиональной деятельности |
| ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | |
| Знать: | Уметь: |
| способы разрешения конфликтов, виды профессионального общения | воплощать деловые качества в различных производственных ситуациях |
| ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности | |
| Знать: | Уметь: |
| нормы морали, профессиональной этики и служебного этикета, основы организации работы в команде | выполнять задачи в соответствии с нормами морали, профессиональной этики и служебного этикета, брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий |
| ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации | |
| Знать: | Уметь: |
| структуру рекреационных потребностей, | взаимодействовать с потребителями и |

| | |
|---|---|
| методы изучения и анализа запросов потребителя;<br>методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;<br>технологии использования базы данных;<br>статистику по туризму | туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;<br>осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники |
| ПК 1.2. Информировать потребителя о туристских продуктах | |
| Знать: | Уметь: |
| различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования; составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;<br>требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора | осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных); определять и анализировать потребности заказчика;<br>выбирать оптимальный туристский продукт |
| ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта. | |
| Знать: | Уметь: |
| основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;<br>виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий | разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;<br>представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;<br>принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами |
| ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя | |
| Знать: | Уметь: |
| характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости | оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты; оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта |
| ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы). | |
| Знать: | Уметь: |
| профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;<br>особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов | обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки; составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки); предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов |
| ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю | |
| Знать: | Уметь: |
| перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации; перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации; требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; информационные | предоставляемых для оформления визы; консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз; доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран |

| | |
|---|---|
| технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию. | |
| ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчетности | |
| Знать: | Уметь: |
| правила оформления деловой документации;<br>правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;<br>перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации | обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки |

## 2. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ.

### 2.1 Структура фонда оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации

| № п/п | Темы дисциплины | Код компетенции | Наименование оценочного средства |
|---|---|---|---|
| 1 | Промежуточная аттестация | ОК 1-ОК 9,<br>ПК 1.1-ПК 1.7 | Дифференцированный зачет |
| Раздел 1. | | | |
| 1 | Тема 1.1. Система продвижения турпродукта | ОК 1-ОК 9,<br>ПК 1.1-ПК 1.7 | Вопросы входного контроля<br>Задача<br>Тема доклада |
| Раздел 2. | | | |
| 2 | Тема 1.2. Стимулирование продаж турпродукта | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 | Задача<br>Вопросы входного контроля |

## 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО КУРСА

### 3.1. Требования к результатам освоения учебной дисциплины

| **№ п/п** | **Код компетенций** | **Содержание компетенции (илиее части)** | **В результате изучения междисциплинарного курса обучающиеся должны:** | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **знать** | **уметь** |
| **1** | **ОК 1.** | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя; требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта и законодательные основы взаимодействия турагента и | определять и анализировать потребности заказчика;<br>выбирать оптимальный туристский продукт;<br>осуществлять поиск актуальной информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках из разных источников (печатных, электронных);<br>составлять и анализировать |
| **2** | **ОК 2.** | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | задач, оценивать их эффективность и качество. | туроператора;<br>различные виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках, правила и возможности их использования;<br>методы поиска, анализа и формирования баз актуальной информации с использованием различных ресурсов на русском и иностранном языках;<br>технологии использования базы данных;<br>статистику по туризму, профессиональную терминологию и принятые в туризме аббревиатуры;<br>особенности и сравнительные характеристики туристских регионов и турпродуктов;<br>основы маркетинга и приемы маркетинговых исследований в туризме;<br>виды рекламного продукта, технологии его разработки и проведения рекламных мероприятий;<br>характеристики турпродукта и методики расчета его стоимости;<br>правила оформления деловой документации;<br>правила изготовления, использования, учета и хранения бланков строгой отчетности;<br>перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации;<br>перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения | базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, проводить маркетинг существующих предложений от туроператоров;<br>взаимодействовать с потребителями и туроператорами с соблюдением делового этикета и методов эффективного общения;<br>осуществлять бронирование с использованием современной офисной техники;<br>принимать участие в семинарах, обучающих программах, ознакомительных турпоездках, организуемых туроператорами;<br>обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки;<br>разрабатывать и формировать рекламные материалы, разрабатывать рекламные акции и представлять туристский продукт на выставках, ярмарках, форумах;<br>представлять турпродукт индивидуальным и корпоративным потребителям;<br>оперировать актуальными данными о туристских услугах, входящих в турпродукт, и рассчитывать различные его варианты;<br>оформлять документацию |
| **3** | **ОК 3.** | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | | |
| **4** | **ОК 4.** | Осуществлять поиски использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | | |
| **5** | **ОК 5.** | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | | |
| **6** | **ОК 6.** | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | | |
| **7** | **ОК 7.** | Брать на себя ответственность заработу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | | |
| **8** | **ОК 8.** | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | границ этих стран гражданами Российской Федерации;<br>требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;<br>информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию. | заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта;<br>составлять бланки, необходимые для проведения реализации турпродукта (договора, заявки);<br>приобретать, оформлять, вести учет и обеспечивать хранение бланков строгой отчетности;<br>принимать денежные средства в оплату туристической путевки на основании бланка строгой отчетности;<br>предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы;<br>консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз;<br>доставлять туроператору пакет документов туриста, необходимых для получения виз в консульствах зарубежных стран |
| **9** | **ОК 9.** | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | | |
| **10** | **ПК 1.1.** | Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации | | |
| **11** | **ПК 1.2.** | Информировать потребителя о туристских продуктах | | |
| **12** | **ПК 1.3.** | Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта | | |
| **13** | **ПК 1.4.** | Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя | | |
| **14** | **ПК 1.5.** | Оформлять турпакет (турпутевки, ваучеры, страховые полисы) | | |
| **15** | **ПК 1.6.** | Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю | | |
| **16** | **ПК 1.7.** | Оформлять документы строгой отчетности. | | |
| *Итоговая аттестация в форме дифференцированного зачета* | | | | |

## 4. СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1. Вопросы к дифференцированному зачету (с указанием компетенции)

| № пп | Вопросы | Индекс компетенции |
|---|---|---|
| 1. | Схема работы с возражениями клиентов турфирмы при продаже турпродукта | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 2. | Алгоритм эффективной коммуникации с клиентами турфирмы | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |

| | | |
|---|---|---|
| 3. | Расположите последовательно от наиболее к наименее значимым10 основных факторов, определяющих качество обслуживания клиентов при покупке тура | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 4. | Основные правила работы с возражениями клиентов турфирмы | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 5. | Характеристика закрытых и открытых вопросов | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 6. | Вы менеджер по туризму. Вам нужно привлечь как можно больше клиентов. На какие мотивы туристов вы будете ориентироваться при составлении туров? | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 7. | Причины возникновения возражений клиентов турфирмы | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 8. | Классификация клиентов турфирмы и приемы воздействия на них | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 9. | Клиент желает получить много познавательных экскурсий. Как вы будете формировать программу обслуживания туриста? Какой принцип при этом должен соблюдаться? | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 10. | Ключевые задачи управления личными продажами в туризме | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 11. | Характеристика альтернативных, наводящих и уточняющих вопросов | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 12. | Составьте вопросы для собеседования с претендентом на должность менеджера по туризму | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 13. | Распространенные ошибки при работе с возражениями клиентов турфирмы | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 14. | Должностные обязанности менеджера по продаже турпродукта | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 15. | Характеристика обстоятельств, влияющих на возможность снижения цены турпакета при ее обслуживании с иностранными партнерами | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 16. | Классификация вопросов для выявления потребностей клиентов турфирмы, краткая характеристика | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 17. | Требования к менеджеру по продаже турпродукта | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 18. | Вы менеджер по туризму. Вам нужно привлечь как можно больше клиентов, на какие мотивы туристов вы будете ориентироваться при составлении программы обслуживания? | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 19. | Особенности туристского спроса и их влияние на технологии продаж | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 20. | Приемы грамотного завершения сделки по продаже турпродукта | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 21. | Назовите как можно больше способов завершения продажи | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 22. | Роль мотивации менеджера в повышении эффективности процесса личной продажи | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 23. | Клиенториентированный подход в туристской индустрии | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 24. | Каким образом вы можете получить обратную связь от клиента? Какой путь самый достоверный? | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 25. | Структура продажи турпродукта, характеристика основных элементов | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 26. | Тенденции развития туристской индустрии | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 27. | Клиент предъявляет претензию по качеству обслуживания в отеле. Ваши действия | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 28. | Факторы туристской мотивации, краткая характеристика | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 29. | Влияние особенностей туристского продукта на процесс продаж | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 30. | Что важнее при общении: вербальное или невербальное восприятие? | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 31. | Классификация туристов по их активности и стилю жизни | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 32. | Особенности туристского спроса и их влияние на технологии продаж | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 33. | Назовите как можно больше способов завершения продажи | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 34. | Стратегии обслуживания различных групп клиентов | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 35. | Методы и формы реализации турпродукта | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 36. | Клиент говорит: «Это дорого!». Почему он это говорит? Назовите как можно больше вариантов | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 37. | Классификация групп клиентов турфирмы и краткая характеристика | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 38. | Каналы распределения туристского продукта | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 39. | Опишите идеальный для Вас коллектив | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |

| | | |
|---|---|---|
| 40. | Формы и стили обслуживания различных групп клиентов | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 41. | Туристские мотивации и их влияние на технологии продаж | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 42. | В какой компании для Вас было бы комфортно работать? | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 43. | Процесс принятия клиентом решения о покупке | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 44. | Способы доведения информации до потребителя туристских услуг. Опишите качества идеального менеджера продаж | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 45. | Схема процесса персональной продажи турпродукта | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 46. | Психологические приемы влияния на партнера | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 47. | Как Вы думаете, у менеджера по продажам заработная плата должна состоять из: а) оклада, б) оклада и %, в) %. Дайте развернутый ответ | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 48. | Установление контакта с клиентом | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 49. | Назовите индивидуально – личностные качества, необходимые специалисту по труизму | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 50. | Продвижение туристских услуг от поставщиков услуг к потребителям | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 51. | Эффективные формы общения с клиентами турфирмы | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 52. | Если турист задает менеджеру турфирмы вопрос, на который тот не может дать исчерпывающий ответ, надо:<br>А. Ответить уклончиво, но так. Чтобы клиент не усомнился в компетентности менеджера;<br>Б. Признать свою недостаточную компетентность и предложить обратиться к другому сотруднику;<br>В. Принять меры к получению полной информации по этому вопросу и через некоторое время ответить клиенту | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 53. | Приёмы воздействия на клиента. Применение правил убеждения в переговорах | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 54. | Виды информационных ресурсов | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 55. | Дайте как можно больше решений в данной ситуации: клиент требует такую скидку, которую вы не может предоставить | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 56. | Сопротивление как источник возражений | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 57. | Требования, предъявляемые к рекламе со стороны российского законодательства | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 58. | Клиент говорит: «У вас такой же турпродукт стоит дороже». Ваши действия | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 59. | Способы поддержания длительных отношений с клиентами | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 60. | Факторы, оказывающие влияние на потребителей турпродукта | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 61. | Назовите распространенные ошибки в работе с возражениями клиента | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 62. | Содержание процесса обслуживания и продажи туристского продукта | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 63. | Правила и рекомендации проведения презентации турпродукта | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 64. | Назовите характеристики многословного клиента и приемы воздействия на него | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 65. | Влияние особенностей турпродукта на процесс продаж | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 66. | Факторы, влияющие на качество обслуживания клиентов турфирмы | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 67. | Назовите характеристики требовательного клиента и приемы воздействия на него | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 68. | Психологические приемы влияния на партнера | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 69. | Факторы, влияющие на выбор средств распространения рекламы в сфере туристской деятельности | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 70. | Приемы эффективной коммуникации в офисе турфирмы | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 71. | Наружная реклама, характеристика, достоинства и недостатки | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |
| 72. | Назовите слова, которых специалист по туризму следует избегать | ОК 1-ОК 9, ПК 1.1-ПК 1.7 |

*Критерии оценивания промежуточной аттестации*

*Критерии оценивания при сдаче дифференцированного зачета*

*Оценка «отлично»* (86-100 баллов) выставляется, если обучающийся ответил на все

вопросы билета и на дополнительные вопросы по темам билета. По результатам обучения у обучающегося сформировались компетенции в соответствии с утвержденной рабочей программой дисциплины. При оценивании преподавателем учитываются результаты модульных контролей и успеваемости за период изучения дисциплины;

*Оценка «хорошо»* (71-85 баллов) выставляется обучающемуся, если он ответил на все вопросы билета, однако затруднился ответить на один из дополнительных вопросов. По результатам обучения у обучающегося сформировались компетенции в соответствии с утвержденной рабочей программой дисциплины. При оценивании преподавателем учитываются результаты модульных контролей и успеваемости за период изучения дисциплины;

*Оценка «удовлетворительно»* (56-70 баллов) выставляется обучающемуся, если он ответил на все вопросы билета, однако затруднился ответить на один из дополнительных вопросов. Успеваемость за период обучения соответствовала «удовлетворительному» уровню и результаты ответов подтверждают формирование у студента компетенций, перечисленных в рабочей программе дисциплины;

*Оценка «неудовлетворительно»* (менее 56 баллов). выставляется обучающемуся, если он не ответил на 1 и более вопросов билета, затруднился ответить на дополнительные вопросы.

## 5. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Перечень вопросов входного контроля

1. Что такое «продажа»?
2. Чем отличается «услуга» от «товара»?
3. Какие виды туризма вы знаете?
4. Назовите основные виды рекламы турпродукта.
5. Чем отличается турист от экскурсанта?
6. Какое влияние туризм оказывает на развитие экономики страны?
7. Что такое турпродукт?
8. Какие формы туризма вы знаете?
9. Чем отличается гид от инструктора?
10. Какое влияние туризм оказывает на окружающую среду?

Критерии оценки входного контроля

*Оценка «отлично» (86-100 баллов)*. Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания учебного материала, раскрывает основные понятия, анализирует. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Обучающийся показывает высокий уровень теоретических знаний по дисциплине. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументировано формулирует выводы.

*Оценка «хорошо» (71-85 баллов)*. Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания учебного материала. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, но при ответе допускает некоторые погрешности.

*Оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов)*. Обучающийся показывает достаточные знания учебного и лекционного материала, но при ответе отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские.

*Оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов)*. Обучающийся показывает слабые знания лекционного материала, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на поставленные вопросы.

Комплект задач

Вариант № 1

Пожилая пара со средним уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения оздоровительного тура в Европу продолжительностью от 3 до 7 дней.

Вариант № 2

Пожилая пара с высоким уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения паломнического тура в Европу продолжительностью от 3 до 7 дней.

Вариант № 3

Пожилая пара со средним уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения экскурсионного тура в Европу продолжительностью от 3 до 7 дней.

Вариант № 4

Семейная пара (30-35 лет) с ребенком (7 лет) со средним уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения оздоровительного тура по России продолжительностью от 3 до 7 дней.

Вариант № 5

Семейная пара (30-35 лет) с высоким уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения экскурсионного тура в Северную Америку продолжительностью от 7 до 15 дней.

Вариант № 6

Семейная пара (30-35 лет) с высоким уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения спортивного тура в Норвегию продолжительностью от 3 до 5 дней.

Вариант № 7

Семейная пара (30-35 лет) с высоким уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения тура на о. Куба, предусматривающего пляжный отдых продолжительностью от 7 до 15 дней.

Вариант № 8

Семейная пара (30-35 лет) со средним уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения экскурсионного тура в Италию продолжительностью от 3 до 7 дней.

Вариант № 9

Группа студентов (4 человека) обратилась в турфирму для приобретения развлекательноготура на о. Куба продолжительностью от 3 до 7 дней.

Вариант № 10

Группа студентов (5 человек) обратилась в турфирму для приобретения автобусного тура по Европе продолжительностью от 5 до 10 дней.

Вариант № 11

Группа студентов (3 человека) обратилась в турфирму для приобретения экскурсионного турав Китай продолжительностью от 3 до 7 дней.

Вариант № 12

Группа студентов (3 человека) обратилась в турфирму для приобретения спортивного тура на чемпионат Европы по футболу продолжительностью от 3 до 5 дней.

Вариант № 13

Группа студентов (6 человек) обратилась в турфирму для приобретения развлекательноготура на о. Кипр продолжительностью от 3 до 7 дней.

Вариант № 14

Двое молодых людей обратилась в турфирму для приобретения велосипедного тура по Европе продолжительностью от 7 до 15 дней.

Вариант № 15

Семейная пара (30-35 лет) с ребенком (7 лет) со средним уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения оздоровительного тура по странам Прибалтики продолжительностью от 5 до 10 дней.

Вариант № 16

Группа молодых людей (4 человека) обратилась в турфирму для приобретения развлекательного тура в Испанию продолжительностью от 3 до 5 дней.

Вариант № 17

Семейная пара (30-35 лет) с ребенком (7 лет) со средним уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения познавательного тура в Испанию продолжительностью от 3 до 7 дней.

Вариант № 18

Молодожены обратилась в турфирму для приобретения тура на Мальдивы продолжительностью от 7 до 14 дней.

Вариант № 19

Пожилая пара (за 60 лет) обратилась в турфирму для приобретения оздоровительного тура в Израиль продолжительностью от 5 до 10 дней.

Вариант № 20

Мужчина с высоким уровнем благосостояния обратился в турфирму для приобретения оздоровительного тура на Сейшелы продолжительностью от 5 до 10 дней.

Вариант № 21

Молодожены со средним уровнем благосостояния обратились в турфирму для приобретения тура в Индию (Гоа) продолжительностью от 7 до 14 дней.

Вариант № 22

Две молодые девушки обратились в турфирму для приобретения экскурсионного тура во Францию продолжительностью от 5 до 10 дней.

Вариант № 23

Женщина (40-45 лет) обратилась в турфирму для приобретения оздоровительного тура в Египет продолжительностью от 7 до 14 дней.

Вариант № 24

Женщина (50 лет) с заболеваниями опорно-двигательного аппарата обратилась в турфирму для приобретения оздоровительного тура в один из пансионатов г. Сочи продолжительностью от 7 до 14 дней.

Вариант № 25

Фирма ООО «Факел» обратилась в турфирму для приобретения оздоровительных туров для детей своих сотрудников (5 человек) в Крым продолжительностью от 5 до 7 дней.

Вариант № 26

Фирма ООО «Престиж» обратилась в турфирму для приобретения познавательного тура для детей своих сотрудников (5 человек) на Азовском море продолжительностью от 5 до 7 дней.

Вариант № 27

Семейная пара (30-35 лет) со средним уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения экскурсионного тура в Швейцарию продолжительностью от 3 до 7 дней.

Вариант № 28

Семейная пара (30-35 лет) с ребенком (7 лет) со средним уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения оздоровительного тура в Турцию продолжительностью от 3 до 7 дней.

Вариант № 29

Семейная пара (30-35 лет) со средним уровнем благосостояния обратилась в турфирму для приобретения познавательного тура в США продолжительностью от 7 до 10 дней.

Вариант № 30

Пожилая пара (за 60 лет) обратилась в турфирму для приобретения оздоровительного тура в Европу. Основные требования - это природа, море, отели средней категории, санатории, где обеспечивается лечение, интересные экскурсии.

Критерии оценки:

«отлично» - студент правильно и точно определяет, и анализирует потребности клиента с учетом структуры рекреационных потребностей, методов изучения и анализа запросов потребителя и правильно подбирает оптимальный турпродукт; правильно моделирует процесс принятия решения о приобретении турпродукта в соответствии с ситуационной задачей;

«хорошо» - студент правильно и точно определяет, и анализирует потребности клиента с учетом структуры рекреационных потребностей, методов изучения и анализа запросов потребителя и правильно подбирает оптимальный турпродукт; правильно моделирует процесс принятия решения о приобретении турпродукта в соответствии с ситуационной задачей, допуская 1-2 неточности;

«удовлетворительно» - студент правильно и точно определяет, и анализирует потребности клиента с учетом структуры рекреационных потребностей, методов изучения и анализа запросов потребителя и правильно подбирает оптимальный турпродукт, допуская 1-2 неточности; правильно моделирует процесс принятия решения о приобретении турпродукта в соответствии с ситуационной задачей, допуская 1-2 неточности.

Перечень тем рефератов

1. Современное состояние турбизнеса в России.
2. Характеристика туристского потенциала России. Статистика туристских предпочтенийроссиян.
3. Сегментирование туристского рынка.
4. Виды покупательского спроса: потенциальный, формирующийся, сложившийся, сезонный.
5. Факторы формирования спроса.
6. Современные тенденции туристского спроса и предложения.
7. Покупательское поведение туриста.
8. Специфика работы менеджера по продажам туристических услуг.
9. Основные концепции маркетинга. Их применение в туриндустрии.
10. Социально-этическая концепция маркетинга. Ее применение в туристской индустрии.
11. Клиенториентированный подход в туристской индустрии.
12. Типы и модели взаимоотношений с клиентами.
13. Роль туристских выставочных мероприятий в системе маркетинговых коммуникаций.
14. Управление возражениями клиента в туризме.
15. Значение лояльности клиентов в работе туристической компании.
16. Процессный подход к организации процесса продаж.
17. Телефонная коммуникация в туризме.
18. Управление возражениями клиента.

19. Выставки в туристском маркетинге.
20. Ярмарки и выставки как инструмент маркетинга.
21. Сущность продвижения.
22. Цели и функции продвижения.
23. Структура средств продвижения.
24. Общие черты рекламы, как средства продвижения.
25. Классификация, рекламных средств и видов рекламного продукта по основнымпризнакам.
26. Основные критерии выбора средств рекламы.
27. Роль рекламы в продвижении турпродукта. Виды туристской рекламы.
28. Роль рекламы в продвижении турпродукта. Средства распространения рекламы.
29. Не рекламные методы продвижения турпродукта.
30. Эффективность рекламы.
31. Связь с общественностью (PR) на предприятиях сферы туризма.
32. Стимулирование сбыта в туризме.
33. Сущность личной продажи в комплексе продвижения.
34. Участие туроператоров в выставках как метод продвижения турпродукта.

Критерии оценки сообщений, рефератов

*Оценка «отлично» (86-100 баллов)* выставляется обучающемуся, если содержание реферата показывает высокий уровень его компетентности, знания по излагаемой теме и при защите реферата студент профессионально, грамотно, хорошим языком излагает материал, аргументировано делает выводы;

*Оценка «хорошо» (71-85 баллов)* выставляется обучающемуся, если содержание реферата показывает достаточный уровень его компетентности, знания по анализируемой теме и при защите реферата свободно, логично, хорошим языком излагает материал, но допускает некоторые погрешности;

*Оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов)* выставляется обучающемуся, если содержание реферата показывает достаточные знания по изучаемой теме, но в нем отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. При защите обучающийся показывает, что он владеет практическими навыками по исследуемой проблеме, но на поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания;

*Оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов)* выставляется обучающемуся, если содержание реферата показывает слабые знания по изучаемой теме, низкий уровень компетентности. При защите реферата неуверенно и логически непоследовательно излагает материал, неправильно отвечает на поставленные преподавателем вопросы.

**Лист внесения изменений**

| Номер изменения | Дата внесения изменения | Кем утверждено | Примечание |
|---|---|---|---|
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |