

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт педагогики, физической культуры, спорта и туризма
Кафедра «Туризм и индустрия гостеприимства»

Утверждено на заседании кафедры
«Туризм и индустрия гостеприимства»
«27» января 2022 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой



И.Ю. Пономарева

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

«Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг»

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки

43.03.03 Гостиничное дело

с направленностью (профилем)

Гостиничная деятельность

Формы обучения: очная, заочная

Идентификационный номер образовательной программы: 430303-01-22

Тула 2022 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Разработчик:

Пономарева И.Ю., зав. каф. ТИГ,
канд. техн. наук, доцент,
профессор ТулГУ
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

1. Описание фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) включает в себя контрольные задания и (или) вопросы, которые могут быть предложены обучающемуся в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю). Указанные контрольные задания и (или) вопросы позволяют оценить достижение обучающимся планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), установленных в соответствующей рабочей программе дисциплины (модуля), а также сформированность компетенций, установленных в соответствующей общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

Полные наименования компетенций *и индикаторов их достижения* представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

2. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.1)

1. Туристический рынок – это:
 - а) программа совместной работы туроператора с турагентами;
 - б) вся совокупность потребителей туруслуг и предприятий – производителей этих услуг;
 - в) природные, исторические, социально-культурные и другие объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил;
 - г) комплекс услуг по перевозке, размещению, питанию, досугу, оказываемых за общую цену по договору между туристом и турфирмой.
2. Деление туризма на рекреационный, культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, спортивный и т.д. относится к классификации туризма
 - а) по формам;
 - б) по видам;
 - в) по типам.
3. Функции туризма:
 - а) экономическая, познавательная, просветительская, коммуникативная, психологическая, экосистемная;
 - б) рекреационная, потребительская, культурно-познавательная, воссоединительная, деловая и профессиональная;
 - в) лечебно-оздоровительная, спортивная, приключенческая, экологическая, религиозная.
4. Какие виды путешествий можно отнести к деловому и профессиональному туризму?
 - а) поездка в другой город на 5 месяцев для работы на предприятии по договору;
 - б) поездки на конференции и симпозиумы, проходящие в другой стране;
 - в) поездки в другой город на трехдневные переговоры;
 - г) служебные командировки на несколько дней в другой город;
 - д) поездки на двухмесячные курсы повышения квалификации в другой город.
5. Туроператорская деятельность:
 - а) деятельность по формированию туристического продукта, осуществляемая юридическим лицом;
 - б) деятельность по формированию и продвижению туристического продукта, осуществляемая юридическим лицом;
 - в) деятельность по формированию, продвижению и реализации туристического продукта, осуществляемая юридическим лицом;
 - г) деятельность по продвижению и реализации туристического продукта, осуществляемая юридическим лицом.
6. Инструктор-проводник – это:
 - а) профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание кото-

рого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;

б) профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;

в) профессионально подготовленное лицо, сопровождающее туристов и обеспечивающее их безопасность при прохождении туристских маршрутов.

7. Заказчик туристического продукта – это:

а) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 24 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика;

б) лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в познавательных целях на период менее 36 часов без ночевки в стране (месте) временного пребывания и использующее услуги экскурсовода (гида), гида-переводчика;

в) турист или иное лицо, заказывающее туристский продукт от имени туриста, в том числе законный представитель несовершеннолетнего туриста.

8. Реализация турпродукта – это:

а) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами, оказывающими отдельные услуги, входящие в туристический продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие);

б) комплекс мер, направленных на продажу туристического продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое);

в) деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристического продукта с туристом или иным заказчиком туристического продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором.

9. Туристические программы, в которых туристы выступают в качестве болельщиков на спортивных мероприятиях, относятся

а) к лечебно-оздоровительному туризму;

б) к религиозному туризму;

в) к приключенческому туризму;

г) к спортивному туризму;

д) к экологическому туризму;

е) к культурно-познавательному туризму.

10. Путешествия, связанные с посещением знакомых и родственников, мест своего рождения, прошлого проживания или места рождения родителей, относятся

а) к лечебно-оздоровительному туризму;

б) к воссоединительному и ностальгическому туризму;

в) к приключенческому туризму;

г) к спортивному туризму;

д) к экологическому туризму;

е) к культурно-познавательному туризму.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.2)

1. Термин «*директ-мейл*» означает:

а) контакты с представителями прессы;

б) рассылка буклетов, листовок, проспектов;

в) обращение к массовому потребителю через телевидение;

г) обращение к массовому потребителю по радио;

д) использование рекламных щитов вдоль автострад.

2. Основная сфера рекламной деятельности турфирмы:

а) внутрифирменная реклама;

б) реклама в целях создания престижа турфирмы в обществе;

в) реклама в целях расширения сбыта;

г) public relations.

3. Характеристика, которая должна быть подтверждена при сертификации любой туристической услуги:
- а) оснащенность снаряжением и инвентарем;
 - б) функциональность;
 - в) безопасность;
 - г) соответствие категории;
 - д) оформление документации на маршрут.
4. Характеристики, которые должны быть подтверждены при сертификации туристских походов выходного дня:
- а) оснащенность снаряжением и инвентарем;
 - б) функциональность;
 - в) безопасность;
 - г) соответствие категории;
 - д) оформление документации на маршрут.
5. Сертификат на туристические и экскурсионные услуги устанавливается на срок:
- а) не более трех лет;
 - б) не более года;
 - в) не более пяти лет;
 - г) не более полугода;
6. Система бронирования, предлагающая своим клиентам прямые продажи:
- а) Amadeus;
 - б) Gabriel;
 - в) Sabre;
 - г) Galileo;
 - д) Worldspan.
7. Расчеты турагента и туроператора могут производиться:
- а) безналичным перечислением только в рублях;
 - б) безналичным перечислением в рублях или евро;
 - в) безналичным перечислением в рублях, евро или долларах США;
 - г) почтовыми переводами только в рублях;
 - д) почтовыми переводами в рублях или евро;
 - е) почтовыми переводами в рублях, евро или долларах США;
8. Группа документов, к которой относится агентский договор (агентское соглашение):
- а) учредительные и иные разрешительные документы;
 - б) документы, относящиеся к разработке туров;
 - в) документы, выдаваемые туристам.
9. Группа документов, к которой относится свидетельство о государственной регистрации юридического лица:
- а) учредительные и иные разрешительные документы;
 - б) документы, относящиеся к разработке туров;
 - в) документы, выдаваемые туристам.
10. Группа документов, к которой относится перечень основных работников (количественный состав на каждом этапе), обеспечивающих оказание туристских услуг на маршруте:
- а) учредительные и иные разрешительные документы;
 - б) документы, относящиеся к разработке туров;
 - в) документы, выдаваемые туристам.

3. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.1)

1. Три критерия, имеющие особую значимость при характеристике туризма:

- а) изменение места пребывания;
- б) посещение достопримечательностей какой-либо местности;
- в) пребывание в другом месте;
- г) оплата труда из источника в посещаемом месте;
- д) принятие оздоровительных процедур в посещаемом месте.

2. Туризм может быть организованным, неорганизованным и клубно-санаторным. Это классификация туризма

- а) по формам;
- б) по видам;
- в) по типам.

3. Туристическая индустрия – это:

- а) совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, операторов туристских информационных систем, а также организаций, предоставляющих услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников;
- б) природные, исторические, социально-культурные и другие объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил;
- в) комплекс услуг по перевозке, размещению, питанию, досугу, оказываемых за общую цену по договору между туристом и турфирмой.

4. Туристические ресурсы – это:

- а) программа совместной работы туроператора с турагентами;
- б) вся совокупность потребителей туруслуг и предприятий – производителей этих услуг;
- в) природные, исторические, социально-культурные и другие объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил;
- г) комплекс услуг по перевозке, размещению, питанию, досугу, оказываемых за общую цену по договору между туристом и турфирмой.

5. Срок пребывания в другом месте, граничный для понятия туризма:

- а) 24 часа подряд;
- б) 3 недели подряд;
- в) 4 месяца подряд;
- г) 6 месяцев подряд;
- д) 1 год.

6. Экскурсовод (гид) – это:

- а) профессионально подготовленное лицо, свободно владеющее иностранным языком, знание которого необходимо для перевода и осуществления деятельности по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;
- б) профессионально подготовленное лицо, осуществляющее деятельность по ознакомлению экскурсантов (туристов) с объектами показа в стране (месте) временного пребывания;
- в) профессионально подготовленное лицо, сопровождающее туристов и обеспечивающее их безопасность при прохождении туристских маршрутов.

7. Трасса, которая начинается в одном пункте и заканчивается в другом:

- а) радиальная;
- б) линейная;
- в) кольцевая.

8. Формирование турпродукта – это:

- а) деятельность туроператора по заключению и исполнению договоров с третьими лицами,

оказывающими отдельные услуги, входящие в туристический продукт (гостиницы, перевозчики, экскурсоводы (гиды) и другие);

б) комплекс мер, направленных на реализацию туристического продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров, издание каталогов, буклетов и другое);

в) деятельность туроператора или турагента по заключению договора о реализации туристического продукта с туристом или иным заказчиком туристического продукта, а также деятельность туроператора и (или) третьих лиц по оказанию туристу услуг в соответствии с данным договором.

9. Путешествия среди природы, изучение во время путешествия мира животных, растений, природного наследия относится

а) к лечебно-оздоровительному туризму;

б) к религиозному туризму;

в) к приключенческому туризму;

г) к спортивному туризму;

д) к экологическому туризму;

е) к культурно-познавательному туризму.

10. Туристические программы, позволяющие познакомиться с историей, традициями, культурой места посещения, с основными достопримечательностями, относятся

а) к лечебно-оздоровительному туризму;

б) к религиозному туризму;

в) к приключенческому туризму;

г) к спортивному туризму;

д) к экологическому туризму;

е) к культурно-познавательному туризму.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.2)

1. Должностное лицо туроператора должно соответствовать требованиям:

а) отсутствие неснятой или непогашенной судимости за какое-либо умышленное преступление;

б) отсутствие факта совершения им более трех раз в течение одного года, предшествовавшего дню подачи в уполномоченный федеральный орган исполнительной власти документов для внесения сведений о туроператоре в реестр, правонарушений в сфере туристской деятельности, ответственность за которые предусмотрена Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях;

в) отсутствие дисквалификации должностного лица туроператора на день, предшествовавший дню подачи в уполномоченный федеральный орган исполнительной власти документов для внесения сведений о туроператоре в реестр;

г) отсутствие факта замещения должности руководителя туроператора, его заместителя, главного бухгалтера или иного должностного лица, на которое возлагается ведение бухгалтерского учета туроператора, в течение 12 месяцев, предшествовавших дню

д) наличие высшего образования в сфере туризма;

е) обязательное наличие степени магистра.

2. Резервный фонд является:

а) обособленным имуществом, принадлежащим объединению туроператоров в сфере выездного туризма на праве собственности;

б) обособленным имуществом, принадлежащим туроператору, осуществляющему деятельность в сфере выездного туризма, на праве собственности;

в) обособленным имуществом, принадлежащим любому туроператору на праве собственности;

г) обособленным имуществом, принадлежащим федеральному органу исполнительной власти в сфере туризма на праве собственности.

3. Вносы в резервный фонд для туроператоров, у которых показатель количества туристов в сфере выездного туризма за год составляет более чем 100 тысяч туристов, но не более чем 500 тысяч туристов включительно, перечисляются в размере:

- а) 50 тыс. руб.;
- б) 100 тыс. руб.;
- в) 300 тыс. руб.;
- г) 500 тыс. руб.

4. Размер финансового обеспечения ответственности туроператора, показатель количества туристов в сфере выездного туризма которого за год составил не более чем 10 тысяч туристов включительно, а общая цена туристского продукта в сфере выездного туризма за предыдущий год составила не более чем 40 миллионов рублей, не может быть меньше:

- а) 500 тыс. руб.;
- б) 10 млн. руб.;
- в) 30 млн. руб.;
- г) 50 млн. руб.

5. Туроператоры, осуществляющие туроператорскую деятельность в нескольких сферах туризма, должны иметь финансовое обеспечение ответственности туроператора в размере не менее чем:

- а) 500 тыс. руб.;
- б) 10 млн. руб.;
- в) 30 млн. руб.;
- г) 50 млн. руб.

6. Какие из перечисленных процессов в сфере туризма принято считать предреализационными:

- а) установление договорных отношений турфирмы с другими участниками туристического рынка, предоставляющими туристические или сопутствующие услуги;
- б) формирование тура;
- в) продвижение тура;
- г) продажа тура;
- д) бронирование услуг;
- е) подтверждение заказанного турпакета.

7. На какой период года приходится пик туристической активности на европейских курортах:

- а) май – июнь;
- б) июнь – июль;
- в) июль – август;
- г) август – сентябрь;
- д) сентябрь – октябрь.

8. Группа документов, к которой относится агентский договор (агентское соглашение):

- а) учредительные и иные разрешительные документы;
- б) документы, относящиеся к разработке туров;
- в) документы, выдаваемые туристам.

9. Основным отчетным документом турфирмы, имеющим тройное функциональное назначение является:

- а) агентский договор;
- б) устав турфирмы;
- в) учредительный договор;
- г) договор о туристском обслуживании;
- д) туристская путевка.

10. Группа документов, к которой относится паспорт трассы туристского похода:

- а) учредительные и иные разрешительные документы;

- б) документы, относящиеся к разработке туров;
- в) документы, выдаваемые туристам.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.3)

1. Дайте понятие «туристский оператор». Каковы его основные функции и профили работы? Приведите конкретные примеры многопрофильных туроператоров.
2. Назовите туристические брэнды российского рынка. Каковы принципы создания эффективного и конкурентоспособного брэнда? Какие туристические брэнды Тульской области Вы можете назвать?
3. Назовите основные части и потребительские свойства туристического продукта. Каковы отличительные особенности туристского продукта для массового отдыха. Назовите конкретные примеры.
4. Как классифицируются туроператоры на основе географии туроперейтинга? Назовите операторов массового рынка. В чем заключаются особенности маршрутов для массового отдыха (на конкретных примерах).
5. Как можно классифицировать туристских маршруты и экскурсии? Расскажите о технологии подготовки и проведения экскурсий.
6. Дайте определение турпродукта. Каковы особенности туристского продукта въездных туров? Каков их ассортимент.
7. Расскажите об основных Федеральных и региональных программах развития туризма? Каково их содержание и основные направления?
8. Назовите основные направления использования Интернета в туроперейтинге. По каким признакам классифицируются существующие системы Интернет-бронирования? Что Вы знаете о правах и обязанностях владельца системы бронирования?
9. Расскажите о схемах взаимоотношения туроператоров и авиакомпаний. Что Вы знаете о правах и обязанностях перевозчика и пассажира? В чем заключаются недостатки и преимущества чартеров относительно регулярных рейсов?
10. Назовите наиболее распространенные виды электронной рекламы в сфере современного туристского бизнеса. Что можно сказать о структуре, функциях и особенностях дизайна web-сайта туристской компании. Что необходимо для обеспечения его эффективной работы?

4. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации обучающихся (защиты курсовой работы (проекта)) по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.3)

1. Вам предстоит спроектировать турпродукт для гостей из Китая. Какие требования должны быть предъявлены к средству размещения гостей, к предприятиям питания, к содержанию экскурсий?
2. Вам предстоит спроектировать турпродукт для гостей из Индии. Какие требования должны быть предъявлены к средству размещения гостей, к предприятиям питания, к содержанию экскурсий?
3. Как классифицируются документы в туроперейтинге? Какие документы регламентируют отношения с поставщиками, с агентами, с туристами. Приведите конкретные примеры.
4. Назовите основные правила организации инсентив-туров. Каковы особенности формирования программы и комплектования состава услуг при продаже такого тура? Что можно сказать о специфике потребностей указанного сегмента туристов к средствам размещения?

5. Назовите основные правила организации детских туров. Каковы особенности формирования программы и комплектования состава услуг при продаже такого тура? Что можно сказать о специфике потребностей указанного сегмента туристов?
6. Назовите основные правила организации оздоровительных туров. Каковы особенности формирования программы и комплектования состава услуг при продаже такого тура? Что можно сказать о специфике потребностей указанного сегмента туристов?
7. На что нужно ориентировать при организации анимационных программ в отеле? Расскажите о российском и зарубежном опыте. Как национальные особенности туристов могут повлиять на формирование анимационного продукта? Приведите конкретные примеры.