

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»
«30» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой



И.Ю. Пономарева

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ)
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
(ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ)**

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы магистратуры
по направлению подготовки
43.04.02 Туризм**

**с направленностью (профилем)
Проектирование экскурсионных услуг**

Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы: 430402-02-23

Тула 2023 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 промежуточной аттестации по практике.

2. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации по практике

Перечень контрольных вопросов и (или) заданий

1. Музей реализует по цене 15 денежных единиц за одну экскурсию 4500 туров в год, при этом коэффициент прямой эластичности спроса $e^d = -5$, а коэффициент прямой эластичности предложения $e^s = 2$.

Как изменится цена одной экскурсии, если спрос на них снизится на 30 %?

Каков будет объем продаж, если при исходном спросе музей будет предлагать на 500 экскурсий больше?

2. Основная характеристика маркетинговой стратегии имиджа территории.

3. Приведите примеры стратегий, нацеленных на привлечение посетителей и резидентов, притяжение экономических субъектов или на экспорт региональных продуктов. Стратегии должны быть эффективными для развития территории. Обоснуйте ответ.

4. Что включает комплекс задач экскурсионного обслуживания?

5. Каковы принципы отбора экскурсионных объектов для показа в конкретной экскурсии.

6. Перечислите основные документы, необходимых для проведения экскурсии.

7. В чем заключается сущность инновационной деятельности в сфере туризма?

8. Приведите примеры инновационных проектов в туризме?

9. Как может проявляться инновационность при проведении экскурсии.

10. Назовите интерактивные современные технологии в музейном деле.

11. Какие инновационные технологии существуют в организации экскурсионной и выставочной деятельности?

12. Какие Вы знаете методы подачи информации с использованием современных технических средств?

13. Какая нормативно-правовая документация регулирует оказание услуг туристам с ограниченными физическими возможностями?

14. В чем заключается специфика формирования и реализации экскурсионных программ для туристов различных возрастных групп?

15. Назовите специфические особенности оказания экскурсионных услуг туристам с ограниченными возможностями зрения.

16. Назовите основные этапы проведения деловых бесед и переговоров. На каком этапе возникает наибольшее количество вопросов, связанных с международным протоколом.

17. Какие этикетные требования необходимо соблюдать экскурсоводу в процессе проведения автобусной экскурсии?

18. Какие проблемы, с Вашей точки зрения, могут возникнуть у экскурсовода в процессе межличностного общения с группой туристов?

19. Назовите основные маркетинговые стратегии экскурсионной организации.

20. Какими методами исследований необходимо уметь оперировать при оценке туристического потенциала того или иного региона?

21. Какие научные методы исследований применялись в процессе выполнения практики?

22. Назовите основные принципы историко-культурного анализа объектов культурно-познавательного туризма.
23. В чем заключаются особенности искусствоведческого анализа памятников архитектуры?
24. В чем состоит специфика искусствоведческого анализа произведений живописи?
25. Назовите основные этапы разработки маркетингового плана экскурсионной организации.