

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 14.04.2026 10:45:19  
Уникальный программный ключ:  
5cf0d6f89e80f49a334f6a4ba58e91f3326b9926

Приложение А

(обязательное к рабочей программе дисциплины)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Технология продаж»

Уровень образования

бакалавриат

(бакалавриат/магистратура/специалитет)

Направление подготовки  
бакалавриата/магистратуры/специальность

43.03.02 Туризм

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Профиль направления  
подготовки/специализация

Технология и организация туроператорских  
и турагентских услуг

(наименование)

Разработчик



подпись

Курбанова А.Д., к.э.н., доцент

(ФИО уч. степень, уч. звание)

Фонд оценочных средств обсужден на заседании кафедры «Гуманитарные науки»  
«01» 09 2025 г., протокол № 1

Зав. кафедрой



подпись

Булатов А.Г., д.и.н., профессор кафедры ГН

(ФИО уч. степень, уч. звание)

г. Махачкала 2025

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств
2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)
  - 2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП
    - 2.1.2. Этапы формирования компетенций
  - 2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания
    - 2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования
    - 2.2.2. Описание шкал оценивания
3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП
  - 3.1. Задания и вопросы для входного контроля
  - 3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций
  - 3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)

## **1. Область применения, цели и задачи фонда оценочных средств**

Фонд оценочных средств (ФОС) является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины Технология продаж и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся (в т.ч. по самостоятельной работе студентов, далее – СРС), освоивших программу данной дисциплины.

Целью фонда оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 43.03.02 Туризм.

Рабочей программой дисциплины Технология продаж предусмотрено формирование следующей компетенции:

- ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта
- ПК-3. Способен осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами в туристической сфере
- ПК-2. Способен проводить экскурсии

## **2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля)**

Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Перечень оценочных средств, рекомендуемых для заполнения таблицы 1 (в ФОС не приводится, используется только для заполнения таблицы)

- *Аттестационная контрольная работа*
- *Тест (для текущего контроля)*
- *Реферат*
- *Устный опрос*
- *Задачи*
- *Кейс-задание*
- *Задания / вопросы для проведения зачета*

*Перечень оценочных средств при необходимости может быть дополнен*

## 2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

Таблица 1

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Критерии оценивания	Наименование контролируемых разделов и тем <sup>1</sup>
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	<p>Знать: Основные методы и инструменты маркетинговых исследований, включая анализ потребительского поведения, конкуренции и рыночных тенденций.</p> <p>Уметь: Проводить исследования с использованием различных методов (опросы, фокус-группы, анализ данных) для сбора информации о предпочтениях потребителей и конкуренции</p> <p>Владеть: Навыками анализа собранных данных и формулирования рекомендаций по разработке новых экскурсионных маршрутов на основе результата маркетинговых исследований</p>	<p>Тема 1. Развитие продаж и их роль в индустрии туризма. Покупка турпродукта потребителем. Мотивации покупок в турбизнесе</p> <p>Тема 2. Разработка стратегии продаж. Приемы продаж</p> <p>Тема 3. Среда, в которой реализуются продажи. Управление продажами</p> <p>Тема 4. Оценка эффективности сбытовой деятельности</p>
	ОПК-4.2. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	<p>Знать: Основные каналы распределения туристских продуктов и услуг, а также механизмы их продвижения, включая цифровые маркетинговые стратегии</p> <p>Уметь: Разрабатывать и внедрять стратегии по формированию и развитию каналов сбыта, используя как традиционные, так и цифровые площадки для представления туристских продуктов</p> <p>Владеть: Компетенцией в использовании инструментов онлайн-маркетинга (SEO, SMM, контекстная реклама), способствующих эффективному продвижению туристских услуг в Интернете</p>	
ПК-3. Способен осуществлять взаимодействие с потребителями и заинтересованными	ПК-3.1. Организует ведение переговоров с потребителями, партнерами и заинтересованными сторонами, согласование условий	<p>Знать: технологии обслуживания, технологические и информационно-коммуникативные технологии</p> <p>Уметь: разрабатывать технологии</p>	<p>Тема 1. Развитие продаж и их роль в индустрии туризма. Покупка турпродукта потребителем. Мотивации покупок в турбизнесе</p>

<sup>1</sup>Наименования разделов и тем должен соответствовать рабочей программе дисциплины.

сторонами в туристической сфере	договора по оказанию туроператорских и турагентских услуг	обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий Иметь практический опыт: организации обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий	Тема 2. Разработка стратегии продаж. Приемы продаж Тема 3. Среда, в которой реализуются продажи. Управление продажами Тема 4. Оценка эффективности бытовой деятельности
	ПК-3.2. Выбирает оптимальные способы разрешения проблемных ситуаций потребителей, партнеров и заинтересованных сторон	Знать: технологии обслуживания, технологические и информационно-коммуникативные технологии Уметь: разрабатывать технологии обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий Иметь практический опыт: организации обслуживания туристов с использованием технологических и информационно-коммуникативных технологий	
ПК-2. Способен проводить экскурсии	ПК-2.1. Осуществляет выбор приемов информационно-экскурсионной работы	Знать: методы и технологии проектирования деятельности в сфере туризма, методы и технологии генерирования идеи проекта и формирования команду проекта, методы и технологии оценки эффективности планирования по различным направлениям проекта. Уметь: проектировать объекты туристской деятельности, формулировать идею проекта, организует проектную деятельность, проводить оценку эффективности планирования по различным направлениям проекта Иметь практический опыт: работы с методами и технологиями проектирования деятельности в сфере туризма, генерирования идеи проекта и формирования команду проекта, оценки эффективности планирования	Тема 1. Развитие продаж и их роль в индустрии туризма. Покупка турпродукта потребителем. Мотивации покупок в турбизнесе Тема 2. Разработка стратегии продаж. Приемы продаж Тема 3. Среда, в которой реализуются продажи. Управление продажами Тема 4. Оценка эффективности бытовой деятельности
	ПК-2.2. Применяет «Портфель экскурсовода».	Знать: методы и технологии проектирования деятельности в сфере туризма, методы и технологии генерирования идеи проекта и формирования команду проекта, методы и	

		<p>технологии оценки эффективности планирования по различным направлениям проекта.</p> <p>Уметь: проектировать объекты туристской деятельности, формулировать идею проекта, организует проектную деятельность, проводить оценку эффективности планирования по различным направлениям проекта</p> <p>Иметь практический опыт: работы с методами и технологиями проектирования деятельности в сфере туризма, генерирования идеи проекта и формирования команду проекта, оценки эффективности планирования</p>	
	<p>ПК-2.3. Обеспечивает соблюдение маршрута экскурсий.</p>	<p>Знать: методы и технологии проектирования деятельности в сфере туризма, методы и технологии генерирования идеи проекта и формирования команду проекта, методы и технологии оценки эффективности планирования по различным направлениям проекта.</p> <p>Уметь: проектировать объекты туристской деятельности, формулировать идею проекта, организует проектную деятельность, проводить оценку эффективности планирования по различным направлениям проекта</p> <p>Иметь практический опыт: работы с методами и технологиями проектирования деятельности в сфере туризма, генерирования идеи проекта и формирования команду проекта, оценки эффективности планирования</p>	
	<p>ПК-2.4. Обеспечивает безопасность экскурсантов во время экскурсий.</p>	<p>Знать: методы и технологии проектирования деятельности в сфере туризма, методы и технологии генерирования идеи проекта и формирования команду проекта, методы и технологии оценки эффективности планирования по различным направлениям проекта.</p> <p>Уметь: проектировать объекты туристской</p>	

		<p>деятельности, формулировать идею проекта, организует проектную деятельность, проводить оценку эффективности планирования по различным направлениям проекта</p> <p>Иметь практический опыт: работы с методами и технологиями проектирования деятельности в сфере туризма, генерирования идеи проекта и формирования команду проекта, оценки эффективности планирования</p>	
	<p>ПК-2.5. Обеспечивает возвращения экскурсантов</p>	<p>Знать: методы и технологии проектирования деятельности в сфере туризма, методы и технологии генерирования идеи проекта и формирования команду проекта, методы и технологии оценки эффективности планирования по различным направлениям проекта.</p> <p>Уметь: проектировать объекты туристской деятельности, формулировать идею проекта, организует проектную деятельность, проводить оценку эффективности планирования по различным направлениям проекта</p> <p>Иметь практический опыт: работы с методами и технологиями проектирования деятельности в сфере туризма, генерирования идеи проекта и формирования команду проекта, оценки эффективности планирования</p>	

### 2.1.2. Этапы формирования компетенций

Сформированность компетенций по дисциплине *Технология продаж* определяется на следующих этапах:

1. **Этап текущих аттестаций** (Для проведения текущих аттестаций могут быть использованы оценочные средства, указанные в разделе 2)
2. **Этап промежуточных аттестаций** (Для проведения промежуточной аттестации могут быть использованы другие оценочные средства)

Таблица 2

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Этапы формирования компетенции					
		Этап текущих аттестаций					Этап промежуточной аттестации
		1-5 неделя	6-10 неделя	11-15 неделя	1-17 неделя		18-20 неделя
		Текущая аттестация №1	Текущая аттестация №2	Текущая аттестация №3	СРС	КР/КП	Промежуточная аттестация
1		2	3	4	5	6	7
ОПК-4. Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение туристского продукта	ОПК-4.1. Осуществляет маркетинговые исследования туристского рынка, потребителей, конкурентов, в т.ч. с целью обоснования и разработки системы новых экскурсионных маршрутов	Тест №1	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Реферат	-	Письменная зачетная работа
	ОПК-4.2. Формирует каналы сбыта туристских продуктов и услуг, а также их продвижение, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	Аттестационная контрольная работа №1	Устный опрос	Тест №2	Реферат	-	Письменная зачетная работа
ПК-3. Способен осуществлять взаимодействие с потребителями	ПК-3.1. Организует ведение переговоров с потребителями, партнерами и	Тест №1	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Реферат	-	Письменная зачетная работа

и заинтересованными сторонами в туристической сфере	заинтересованными сторонами, согласование условий договора по оказанию туроператорских и турагентских услуг						
	ПК-3.2. Выбирает оптимальные способы разрешения проблемных ситуаций потребителей, партнеров и заинтересованных сторон	Аттестационная контрольная работа №1	Устный опрос	Тест №2	Реферат	-	Письменная зачетная работа
ПК-2. Способен проводить экскурсии	ПК-2.1. Осуществляет выбор приемов информационно-экскурсионной работы	Устный опрос	Аттестационная контрольная работа №2	Ситуационные задачи	Реферат	-	Письменная зачетная работа
	ПК-2.2. Применяет «Портфель экскурсовода».	Тест №1	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Реферат	-	Письменная зачетная работа
	ПК-2.3. Обеспечивает соблюдение маршрута экскурсий.	Аттестационная контрольная работа №1	Устный опрос	Тест №2	Реферат	-	Письменная зачетная работа
	ПК-2.4. Обеспечивает безопасность экскурсантов во время экскурсий.	Тест №1	Аттестационная контрольная работа №2	Аттестационная контрольная работа №3	Реферат	-	Письменная зачетная работа
	ПК-2.5. Обеспечивает возвращения экскурсантов	Аттестационная контрольная работа №1	Устный опрос	Тест №2	Реферат	-	Письменная зачетная работа

**СРС** – самостоятельная работа студентов;

**КР** – курсовая работа;

**КП** – курсовой проект.

## 2.2. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования, описание шкал оценивания

### 2.2.1. Показатели уровней сформированности компетенций на этапах их формирования

Результатом освоения дисциплины Технология продаж является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий, повышенный, базовый, низкий.

Таблица 3

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
Высокий (оценка «отлично», «зачтено»)	Сформированы четкие системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции	Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции
Повышенный (оценка «хорошо», «зачтено»)	Знания и представления по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции	Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продемонстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками. Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков
Базовый (оценка «удовлетворительно», «зачтено»)	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП. Обучающийся допускает неточности в ответе,	Обучающийся владеет знаниями основного материала на базовом уровне. Ответы на вопросы оценочных средств неполные, допущены существенные ошибки. Продемонстрирован базовый уровень владения

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные/ профессиональные компетенции
	но обладает необходимыми знаниями для их устранения. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции	практическими умениями и навыками, соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач
Низкий (оценка «неудовлетворительно», «не зачтено»)	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков	

Показатели уровней сформированности компетенций могут быть изменены, дополнены и адаптированы к конкретной рабочей программе дисциплины.

## 2.2.2. Описание шкал оценивания

В ФГБОУ ВО «ДГТУ» внедрена модульно-рейтинговая система оценки учебной деятельности студентов. В соответствии с этой системой применяются пятибалльная, двадцатибалльная и стобальная шкалы знаний, умений, навыков.

Шкалы оценивания			Критерии оценивания
пятибалльная	двадцатибалльная	стобальная	
«Отлично» - 5 баллов	«Отлично» - 18-20 баллов	«Отлично» - 85 – 100 баллов	Показывает высокий уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрирует глубокое и прочное усвоение материала;</li> <li>- исчерпывающе, четко, последовательно, грамотно и логически стройно излагает теоретический материал;</li> <li>- правильно формирует определения;</li> <li>- демонстрирует умения самостоятельной работы с нормативно-правовой литературой;</li> <li>- умеет делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
«Хорошо» - 4 баллов	«Хорошо» - 15 - 17 баллов	«Хорошо» - 70 - 84 баллов	Показывает достаточный уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрирует достаточно полное знание материала, основных теоретических положений;</li> <li>- достаточно последовательно, грамотно логически стройно излагает материал;</li> <li>- демонстрирует умения ориентироваться в нормальной литературе;</li> <li>- умеет делать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
«Удовлетворительно» - 3 баллов	«Удовлетворительно» - 12 - 14 баллов	«Удовлетворительно» - 56 – 69 баллов	Показывает пороговый уровень сформированности компетенций, т.е.: <ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрирует общее знание изучаемого материала;</li> <li>- испытывает серьезные затруднения при ответах на дополнительные вопросы;</li> <li>- знает основную рекомендуемую литературу;</li> <li>- умеет строить ответ в соответствии со структурой излагаемого материала.</li> </ul>
«Неудовлетворительно» - 2 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-11 баллов	«Неудовлетворительно» - 1-55 баллов	Ставится в случае: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнания значительной части программного материала;</li> <li>- не владения понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- допущения существенных ошибок при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

### **3. Типовые контрольные задания, иные материалы и методические рекомендации, необходимые для оценки сформированности компетенций в процессе освоения ОПОП**

#### **3.1. Задания и вопросы для входного контроля**

1. Основные ключевые понятия менеджмента и управления: управление, менеджмент, менеджер, менеджеризм, организация, объект и субъект управления, субъект управленческой деятельности, иерархия.

#### **3.2. Оценочные средства и критерии сформированности компетенций**

*Критерии оценки уровня сформированности компетенций приводятся для каждого из используемых оценочных средств, указанных в разделе 2 фонда оценочных средств.*

##### **3.2.1. Контрольные вопросы для первой аттестации**

2. Составление словаря терминов по теме «Индустрия туризма: основные понятия и структура».
3. Подготовка сообщения «Развитие сферы туризма РФ»
4. Конспект. Особенности туристских услуг

##### **3.2.2. Контрольные вопросы для второй аттестации**

1. Заполнение договора о реализации туристского продукта с приложениями
2. Заполнение агентского договора
3. Заполните турпутевку, ваучер, страховой полис
4. Назовите основные характеристики и особенности визовой поддержки при реализации конкретного тура определенному потребителю

##### **3.2.3. Контрольные вопросы для третьей аттестации**

1. Составить таблицу «Характеристики потребителей туристских услуг»
2. Творческое задание «Разработка анкеты маркетингового исследования потребителей в сфере туризма»

*Критерии оценки уровня сформированности компетенций при проведении аттестационной контрольной работы:*

- оценка «отлично»: продемонстрировано грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Даны верные ответы на все вопросы и условия задач (заданий). При необходимости сделаны пояснения и выводы (содержательные, достаточно полные, правильные, учитывающие специфику проблемной ситуации в задаче или с незначительными ошибками);

- оценка «хорошо»: грамотное последовательное решение задач (заданий) при правильно выбранном алгоритме. Однако, ответы на вопросы и условия задач (заданий) содержат незначительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «удовлетворительно»: обучающийся ориентируется в материале, но применяет его неверно, выбирает неправильный алгоритм решения задач (неверные исходные данные, неверная последовательность решения и др. ошибки), допускает вычислительные ошибки. Пояснения и выводы отсутствуют или даны неверно;

- оценка «неудовлетворительно»: обучающийся слабо ориентируется в материале, выбирает неправильный алгоритм решения, допускает значительное количество вычислительных ошибок. Пояснения и выводы отсутствуют.

##### **3.2.4. Примерная тематика рефератов/докладов по дисциплине**

1. Индустрия туризма: основные понятия и составные элементы
2. Факторы, влияющие на состояние и развитие туристской индустрии
3. Состояние, тенденции и перспективы развития мировой туристской индустрии
4. Состояние и перспективы развития российской туристской индустрии
5. Состояние и перспективы развития сферы туризма РФ

6. Услуги туристической индустрии как продукт и их особенности
7. Турпродукт: понятие, структура и уровни
8. Жизненный цикл и этапы разработки нового турпродукта
9. Качество и конкурентоспособность турпродукта
10. Нормативные основы функционирования туроператоров и турагентов
11. Каналы сбыта турпродукта и их типы
12. Схемы продвижения турпродукта
13. Основные формы реализации турпродукта туроператором
14. Традиционные и нетрадиционные формы продаж турпродукта
15. Сбытовая деятельность турагента
16. Агентский договор и договор о реализации турпродукта
17. Роль менеджера турагентства в реализации процесса эффективной продажи турпродукта
18. Расчет стоимости тура

### 3.2.5. Задания текущего контроля

#### *Примерные тестовые задания*

##### Вариант 1.

1. Туризм:

- а) временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания;
- б) туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, не проживающих постоянно в Российской Федерации;
- в) туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации;
- г) туризм, организуемый туристами самостоятельно.

2. В современной мировой туристической индустрии наиболее высокими темпами развивается:

- а) Европа;
- б) США;
- в) Азиатско-Тихоокеанский регион;
- г) Африканский регион.

3. Каков вклад туризма в ВВП современной России:

- а) 1%;
- б) 3,5%;
- в) 5%;
- г) 7%.

4. Особенностью туристических услуг является:

- а) постоянство качества;
- б) неосвязаемость;
- в) отсутствие колебаний спроса;
- г) возможность хранения.

5. Спрос на туристические услуги является:

- а) эластичным;
- б) неэластичным;
- в) единичной эластичности;
- г) абсолютно неэластичным.

##### Вариант 2.

1. Туристическая индустрия это:

- а) совокупность предприятий, производящих товары для туристов;
- б) совокупность туроператорских и турагентских фирм, реализующих турпродукты;
- в) отрасль экономики, обеспечивающая удовлетворение потребностей туристов в путешествиях за пределы страны проживания;
- г) совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов санаторно-курортного лечения и отдыха, общественного питания, объектов и средств

развлечения, объектов познавательного, делового, лечебно-оздоровительного, физкультурно-спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность и др.

2. В современной мировой туриндустрии доминирующие позиции занимает:

- а) Европа;
- б) США;
- в) Азиатско-Тихоокеанский регион;
- г) Африканский регион.

3. Согласно государственной программе Тюменской области «Развитие внутреннего въездного туризма» на период до 2025 г., туристский поток в регион планируют увеличить до:

- а) 2,5 млн. чел.;
- б) 2,9 млн. чел.;
- в) 3,5 млн. чел.;
- г) 3,9 млн. чел.

4. Особенностью предприятий сферы туризма является:

- а) отсутствие сезонных колебаний спроса;
- б) сложность оценки качества услуг;
- в) длительный производственный цикл;
- г) малое значение работы персонала.

5. Эластичность спроса более высока на:

- а) туристские услуги;
- б) предметы первой необходимости;
- в) коммунальные услуги;
- г) медицинские услуги.

### **3.2.6. Вопросы для проверки остаточных знаний**

1. Проанализируйте современное состояние мировой сферы туризма, выделите основные проблемы и пути их решения
2. Проанализируйте современное состояние российской сферы туризма, выделите основные проблемы и пути их решения
3. Назовите 10 главных критериев, учитываемых при выборе бизнес-партнеров
4. Заполните заявку на бронирование тура
5. Заполните турпутевку
6. Назовите 10 основных знаний и умений, необходимых для эффективной работы менеджера турагентства.

### **3.3. Задания для промежуточной аттестации (зачета и (или) экзамена)**

#### **3.3.1. Зачетные вопросы**

1. Индустрия туризма: основные понятия и составные элементы
2. Факторы, влияющие на состояние и развитие туриндустрии
3. Состояние, тенденции и перспективы развития мировой туриндустрии
4. Состояние и перспективы развития российской туриндустрии
5. Состояние и перспективы развития сферы туризма РФ
6. Услуги туриндустрии как продукт и их особенности
7. Турпродукт: понятие, структура и уровни
8. Жизненный цикл и этапы разработки нового турпродукта
9. Качество и конкурентоспособность турпродукта
10. Каналы сбыта турпродукта и их типы
11. Схемы продвижения турпродукта
12. Основные формы реализации турпродукта туроператором
13. Традиционные и нетрадиционные формы продаж турпродукта
14. Сбытовая деятельность турагента
15. Агентский договор и договор о реализации турпродукта

16. Роль менеджера турагентства в реализации процесса эффективной продажи туруслуг
17. Расчет стоимости тура
18. Классификации потребителей
19. Процесс принятия решения о покупке и мотивы покупателей
20. Маркетинговые исследования: этапы, виды, методы
21. Маркетинговая информация: виды и методы сбора, выборочное исследование
22. Сбор и анализ данных маркетингового исследования, заключительный отчет
23. Анализ отношений потребителей
24. Анализ удовлетворенности потребителей
25. Реклама: понятие, функции, классификации
26. Рекламные средства, используемые в туристической индустрии
27. Особенности рекламы в туристической индустрии
28. Разработка рекламных кампаний в туристической индустрии
29. Организация выставочной деятельности на предприятиях сферы туризма
30. Основные инструменты, приемы и средства Public Relations в туристической индустрии
31. Методы стимулирования сбыта
32. Формирование фирменного стиля предприятий туристической индустрии
33. Личные продажи в туристической индустрии
34. Редкие и особые формы продвижения туристических услуг
35. Франчайзинг в туристической индустрии
36. Современные системы бронирования услуг

### ***3.3.2. Примерные практические задания для промежуточной аттестации***

1. Проанализируйте современную ситуацию на туристском рынке РФ, особенности спроса. Предложите идеи новых туристских продуктов для осуществления предпринимательской деятельности в сфере туризма и реализации запросов покупателей
2. Рассчитайте стоимость турпродукта
3. Проведите анализ конкурентов турфирмы. Выделите главных конкурентов и преимущества перед ними
4. Проведите анализ бизнес-партнеров. Выделите ключевого партнера и его главные преимущества
5. Сформулируйте 10 вопросов для изучения спроса покупателей на туристские путешествия в РФ
6. Сформулируйте 5 вопросов для изучения отношений клиентов к турфирме и ее турпродуктам
7. Заполните договор о реализации турпродукта
8. Заполните заявку на бронирование турпродукта
9. Предложите идею рекламы нового турпродукта в сфере международного туризма
10. Разработайте бриф для рекламной кампании турпродукта
11. Составьте программу и график продвижения турпродукта на рынке
12. Назовите несколько международных систем для бронирования мест в гостиницах и авиабилетов, используемые предприятиями, и интернет-сайты для физических лиц с данными услугами

*Дополнительно указываются:*

*а) методические рекомендации по подготовке и процедуре осуществления контроля выполнения.*

Зачеты и экзамены могут быть проведены в письменной форме, а также в письменной форме с устным дополнением ответа. Зачеты служат формой проверки качества выполнения студентами лабораторных работ, усвоения семестрового учебного материала по дисциплине (модулю), практических и семинарских занятий (при отсутствии экзамена по дисциплине).

По итогам зачета, соответствии с модульно – рейтинговой системой университета, выставляются баллы с последующим переходом по шкале баллы – оценки за зачет, выставляемый как по наименованию «зачтено», «не зачтено», так и дифференцированно т.е. с выставлением отметки по схеме – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно», определяемое решением Ученого совета университета и прописываемого в учебном плане.

*Критерии оценки уровня сформированности компетенций по результатам проведения зачета:*

- оценка «зачтено»: обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание материала, свободно выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, усвоивший основную и дополнительную литературу. Обучающийся выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне не ниже базового;

- оценка «не зачтено»: обучающийся демонстрирует незнание материала, не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины. Обучающийся не выполняет задания, предусмотренные программой дисциплины, на уровне ниже базового. Дальнейшее освоение ОПОП невозможно без дополнительного изучения материала и подготовки к зачету.