Министерство образования Самарской области

АССОЦИАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ "ИНСТИТУТ НАПРАВО.РУ"

УТВЕРЖДЕНО
Приказ Директора
от 04.08.2025г. № 028/5/с

Воробьев К.А.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ОПЦ.02 Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса

Специальность 43.02.16
Туризм и гостеприимство

Квалификация: специалист по туризму и гостеприимству
Очная форма обучения
На базе основного общего образования
Срок получения образования: 2 года 10 месяцев

Тольятти, 2025г.

1. Паспорт фонда оценочных средств

ОПЦ.02 Предпринимательская деятельность в сфере туризма и гостиничного бизнеса. Специальность 43.02.16 «Туризм и гостеприимство», квалификация — специалист по туризму и гостеприимству.

Показатель	Часы
Общий объём	64
Учебные занятия и практики	48
Самостоятельная работа	2
Промежуточная аттестация	14
Обязательная часть	48
Вариативная часть	16

Распределение по семестрам: 5 семестр — 64 ч..

Промежуточная аттестация: Экзамен (семестр 5).

2. Проверяемые результаты

Оценочные задания проверяют знания и умения по разделам и темам рабочей программы, применение изученных способов действий и обоснованное представление результата. Для общеобразовательной подготовки учитываются предметные и метапредметные результаты среднего общего образования.

Код	Общая компетенция
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учётом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. Состав и применение материалов

Банк контрольных вопросов и заданий приведён в приложении к настоящему документу и соответствует содержанию рабочей программы. Он используется для текущего контроля, самостоятельной подготовки и формирования вариантов промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится после освоения соответствующих тем. На экзамене обучающийся отвечает на два вопроса из разных разделов и выполняет одно практическое задание из банка. На дифференцированном зачёте или зачёте проверяются обязательные работы и выполнение комплексного задания. Для физической культуры применяются практические действия с учётом состояния здоровья и предусмотренных специальных условий.

4. Условия выполнения

Вопросы и практическое задание соответствуют освоенным темам. Предоставляются необходимые исходные данные, учебные материалы и предусмотренные средства выполнения. До начала объявляются время, допустимые ресурсы, представляемый результат и критерии. При ограничениях здоровья используется доступная равноценная форма проверки.

5. Критерии оценивания

Компонент ответа	Баллы	Показатели
Знание и понимание	30	Корректное использование понятий, правил и фактов.
Применение знаний и способов действий	40	Правильность решения и последовательность обязательных действий.
Обоснование	20	Объяснение выбора, проверка результата и аргументированные выводы.
Оформление и представление	10	Понятность, логичность, корректность записи и терминологии.

Полное выполнение показателя — максимальный балл; частичное выполнение с устранимыми недостатками — половина; отсутствие результата или существенная ошибка — 0 баллов. «Отлично» — 90–100 баллов, «хорошо» — 75–89, «удовлетворительно» — 60–74, «неудовлетворительно» — менее 60. Зачёт — не менее 60 баллов при выполнении обязательных практических действий.

Тестовые задания оцениваются по доле правильных ответов: 90–100 процентов — «отлично», 75–89 — «хорошо», 60–74 — «удовлетворительно», менее 60 — «неудовлетворительно». Критерии отдельных учебных работ из банка применяются при текущем контроле; итоговая оценка выставляется по установленной выше шкале.

6. Формирование вариантов

Вариант	Теоретическая часть	Практическая часть
1	Два вопроса из начальных и заключительных разделов.	Задание из раздела, проверяющего применение изученных способов действий.
2	Два вопроса из других разделов без повторения первого варианта.	Равноценное задание с иными исходными данными.
3	Два вопроса по темам, не использованным в предыдущих вариантах.	Ситуационная или расчётная задача из банка по освоенной теме.

Выбранные вопросы, исходные данные и номер практического задания фиксируются преподавателем в варианте и оценочном листе. Равноценность вариантов определяется проверяемыми результатами, сложностью действий и временем выполнения.

7. Оценочный лист

Поле	Запись
Обучающийся / группа	_____
Дисциплина / дата / форма	_____
Вопросы / номер задания	_____
Баллы по показателям	_____
Выводы и замечания	_____
Итоговая оценка / преподаватель	_____

Приложение. Банк контрольных вопросов и заданий

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Примеры тестовых заданий:
1. Маркетинговая среда — это:
● совокупность внутренних факторов среды турфирмы
● взаимодействие внешних и внутренних факторов деятельности турфирмы
● совокупность внешних сил, воздействующих на турфирму
● набор влияющих на турфирму факторов, действующих извне
2 К каким видам относятся потребность в туристических продуктах:
● Личным
● Физиологическим
● Социальным
● Всем вышеперечисленным
3. По мере развития общества потребности его членов
● Уменьшаются
● Не изменяются
● Увеличиваются
4. Дайте определение. Технология продаж - это:
● Это методы для достижения поставленной цели любыми способами
● Это последовательность действий, с наибольшей вероятностью приводящих к достижению целей в области продаж
● Умения продавать товар, не имя на то опыта и образования
● Умения продавать товар клиенту, не подходящий ему

Вопросы к экзамену:
1. Туроперейтинговая деятельность: сущность, цели и задачи.
2. Функции рецептивного туроператора на рынке туристских услуг.
3. Функции инициативного туроператора на рынке туристских услуг.
4. Каковы технологические особенности разработки групповых и индивидуальных туров?
5. Классы обслуживания в туризме.
6. Туристский продукт: понятие, технологические особенности проектирования инклюзивтура (IT) и индивидуального тура.
7. Программа обслуживания в туризме: сущность и технология проектирования.
8. Рекреационно-туристские районы – основные объекты планирования.
9. Каковы основные требования к рекреационным условиям и уровню услуг при проектировании туров различного класса обслуживания?
10. Этапы планирования туроперейтинговой программы рецептивного туроператора.
11. Этапы планирования туроперейтинговой программы инициативного туроператора.
12. Технология подготовки туристской фирмы к переговорам с поставщиками услуг.
13. Технология подготовки к переговорам между инициативным и рецептивным туроператорами.
14. Правовая основа договорной деятельности в туризме. Структура типового договора.
15. Сделка, виды сделок в туризме.
16. Сделка на условиях «Договора агентского соглашения» (существенные условия).
17. Сделка на условиях «Купли-продажи» (существенные условия).
18. Сделка на условиях «Договора обмена» (существенные условия).
19. Принципиальные условия договора туристской фирмы с гостиничным предприятием.
20. Принципиальные условия договора туристкой фирмы с предприятием питания.
21. Принципиальные условия договора туристкой фирмы с авиакомпанией.

22. Принципиальные условия договора туристкой фирмы с железной дорогой.
23. Принципиальные условия договора между туристкой фирмой и туристом.
24. Принципиальные условия договора между рецептивным и инициативным туроператорами.
25. Туристские формальности и технологические особенности их оформления.
26. Технологические этапы разработки тура.
27. Документальное оформление тура.

5.2. Темы письменных работ

1. Понятие и сущность технологии продаж
2. Личные продажи: понятие и особенности
3. Классификация продаж
4. Система управления продажами
5. Типология покупателей
6. Этапы процесса личной продажи.
7. Подготовка к продаже.
8. Презентация продукта.
9. Основные принципы проведения презентации
10. Работа с возражениями клиентов.
11. Общий алгоритм обработки возражений
12. Методы продажи.
13. Способы урегулирования конфликтных ситуаций в сфере торговли
14. Мерчандайзинг как технология продаж
15. Концепция мерчандайзинга магазина.
16. Телефонные коммуникации в сервисе.
17. Информационные технологии в розничных продажах
18. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителей.
19. Этапы совершения покупки
20. Понятие и сущность технологии продаж
21. Личные продажи: понятие и особенности
22. Классификация продаж
23. Система управления продажами
24. Типология покупателей
25. Этапы процесса личной продажи.
26. Подготовка к продаже.
27. Презентация продукта.
28. Основные принципы проведения презентации
29. Работа с возражениями клиентов.
30. Общий алгоритм обработки возражений
31. Методы продажи.
32. Способы урегулирования конфликтных ситуаций в сфере торговли
33. Мерчандайзинг как технология продаж
34. Концепция мерчандайзинга магазина.
35. Телефонные коммуникации в сервисе.
36. Информационные технологии в розничных продажах
37. Послепродажное обслуживание и формирование лояльности потребителей.
38. Этапы совершения покупки

5.3. Фонд оценочных средств

Примерные вопросы для самоконтроля 1:
1) Роль продаж в маркетинговом процессе
2) Цели и задачи освоения междисциплинарного курсы.
3) Значимость персональной торговли.
4) Элементы и стратегии продвижения товара.
5) Особенности продажи услуг.
6) Отличие технология продажи услуг от технологии продажи материальных предметов.
7) Типы продаж
8) Продажа как процесс удовлетворения потребностей клиентов.
9) Этапы: установление контакта, уточнение ситуации и потребности, презентация товара, работа с возражениями, предложение, от которого клиент не может отказаться.
10) Мерчандайзинг.
11) Туристский рынок. Туристские услуги.
12) Формирование сбытовой сети.
13) Подбор партнеров по сбыту.
14) Стимулирование продажи и пропаганда туристского продукта.
15) Клиенты турфирмы и их обслуживание.

16) Содержание процесса обслуживания клиентов фирмы и продажи турпродукта.
17) Права и обязанности турфирм и туристов.
18) Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта.
19) Базовые шаги по увеличению продаж в турфирме.

Примерные вопросы для самоконтроля 2:
1) Роль продаж в маркетинговом процессе
2) Цели и задачи освоения междисциплинарного курса.
3) Значимость персональной торговли.
4) Элементы и стратегии продвижения товара.
5) Особенности продажи услуг.
6) Отличие технология продажи услуг от технологии продажи материальных предметов.
7) Типы продаж
8) Продажа как процесс удовлетворения потребностей клиентов.
9) Этапы: установление контакта, уточнение ситуации и потребности, презентация товара, работа с возражениями, предложение, от которого клиент не может отказаться.
10) Мерчандайзинг.
11) Туристский рынок. Туристские услуги.
12) Формирование сбытовой сети.
13) Подбор партнеров по сбыту.
14) Стимулирование продажи и пропаганда туристского продукта.
15) Клиенты турфирмы и их обслуживание.
16) Содержание процесса обслуживания клиентов фирмы и продажи турпродукта.
17) Права и обязанности турфирм и туристов.
18) Основные проблемы, возникающие при продажах турпродукта.
19) Базовые шаги по увеличению продаж в турфирме.
20) Воронка продаж.

Вопросы для собеседования
1) Правила оформления отчетной документации
2) Турагентская деятельность. Основные понятия. Функции турагента.
3) Виды информационных ресурсов на русском и иностранном языках о деятельности туроператоров.
4) Туристский ваучер, транспортные документы, медицинская страховка. Права турфирм и туристов. Договор о реализации турпродукта.
5) Требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к правилам реализации туристского продукта.
6) Сайт туристического агентства. Поисковые агрегаты.
7) Ведение туристской отчетности. Современнее платежные средства в сфере туризма.
8) Документация туристской фирмы. Законодательные основы взаимодействия турагента и туроператора.
9) Перечислить основные коды, используемые туроператорами в прайс-листах.
10) Алгоритм расчета стоимости туристских продуктов по прайс-листам туроператоров, выложенных в сети интернет.
11) Факторы, влияющие на цену турпродукта.
12) Перечень документов, используемых при реализации турпродукта.
13) Алгоритм разработки программы тура. Правила составления памятки туристу (информационного листка).
14) Паспортные и визовые формальности. Страховое и медицинское обеспечение путешествий.
15) Особенности оформления виз.
16) Перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации.
17) Перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации.
18) Требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы.
19) Перечень документов, которые должен предоставить турист для получения Шенгенской визы.
20) Роль продаж в маркетинговом процессе
21) Цели и задачи освоения междисциплинарного курса.
22) Значимость персональной торговли.
23) Элементы и стратегии продвижения товара.
24) Особенности продажи услуг.
25) Отличие технология продажи услуг от технологии продажи материальных предметов.
26) Типы продаж
27) Продажа как процесс удовлетворения потребностей клиентов.
28) Этапы работы с клиентами.
29) Содержание процесса обслуживания клиентов фирмы и продажи турпродукта.

Практические задания:
Задание 1. Выбрать и обосновать туры для трех целевых групп:

а) семья из 4-х чел.: родители и дети в возрасте 3 и 6 лет.
Цель – отдых в зимнее время;
б) пожилая пара в возрасте 65 лет.
Цель – лечебно-оздоровительный отдых;
в) группа студентов с целью активного отдыха.
Задание 2. Определите виды информации о туристском продукте, которые обязан предоставить продавец туристу.
Задание 3. Проанализировать информационные документы, выдаваемые агентским предприятием туристу. Какие, по вашему мнению, виды информации отсутствую и/или требуют уточнения?
Приложить: памятку туристу и другие информационные документы, выдаваемые агентским предприятием туристу
Задание 4. Проанализировать информацию на сайтах 4-5 туристских предприятий. Выбрать лучший и худший сайт с точки зрения информационного наполнения. Ответ обосновать.
Приложить: требования к сайтам и скриншоты сайтов.
Задание 5. В виде рисунка представить процесс взаимодействия турагента и туроператора при реализации туристского продукта.
Задание 6. В сети ИНТЕРНЕТ найти официальные сайты посольств, и консульских служб, содержащих сведения об условиях получения виз российскими туристами.

5.4. Перечень видов оценочных средств

тестирование
устный опрос
письменный опрос
экзамен