

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Факультет естественных наук
Кафедра географии



УТВЕРЖДАЮ

Врио декана факультета
естественных наук

М.В. Воронов

«12» декабря 2023 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
«Современные проблемы и стратегии развития туризма в мире»

По направлению подготовки 43.04.02 «Туризм»

Квалификация выпускника магистр

Форма обучения очная

Курс 2

Разработчик:

доц. кафедры, канд. пед. наук

Д.С. Богатырева

И.о. заведующего кафедрой географии

Ю.Ю. Чикина

Протокол

от «21» ноября 2023 г. № 7

Луганск, 2023

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) «Туризмология» и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины (модуля).

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО магистрат по направлению подготовки 43.04.02 «Туризм», утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 7 августа 2020 г. по № 889 (с изменениями и дополнениями).

1.3. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
Общепрофессиональные	
ОПК-2	ОПК-2.1. Использует основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления. ОПК-2.2. Прогнозирует развитие сферы туризма и туристской деятельности в разрезе различных уровней управления. ОПК-2.3. Осуществляет стратегическое управление туристской деятельностью на различных уровнях управления.
Профессиональные	
ПК-1	ПК-1.1. Проводит стратегический анализ, выявляет факторы успеха, экономически обосновывает стратегии развития сферы туризма на различных уровнях управления. ПК-1.2. Формирует концепцию и разрабатывает стратегии развития сферы туризма на различных уровнях управления.

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Тема 1. Проблемы и стратегии развития туризма в Луганской Народной	ОПК-2; ПК-1	Устный опрос. Выполнение практических

Республике и Российской Федерации		заданий и их защита.
Тема 2. Проблемы развития рынка международного туризма: Европейский туристский регион.	ОПК-2; ПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Тема 3. Проблемы развития рынка международного туризма: Американский туристский регион.	ОПК-2; ПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Тема 4. Проблемы развития рынка международного туризма: Азиатско-Тихоокеанский туристский регион.	ОПК-2; ПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Тема 5. Проблемы развития рынка международного туризма: Африканский и Ближневосточный туристский регион.	ОПК-2; ПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Промежуточная аттестация	ОПК-2; ПК-1	Экзамен (устный)

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Результаты сформированности
ОПК-2	Знает основные методы и приемы анализа, моделирования и стратегического планирования туристской деятельности на различных уровнях управления. Умеет прогнозировать развитие сферы туризма и туристской деятельности в разрезе различных уровней управления. Владеет навыками осуществления стратегического управления туристской деятельностью на различных уровнях управления.
ПК-1	Знает задачи стратегического управления, методы анализа внешней среды, классификации стратегий организации, приемы их разработки; факторы, влияющие на выбор стратегии. Умеет проводить анализ внутренней и внешней среды организации; оценивать конкурентоспособность организации; формулировать стратегические направления развития организации, направленные на обеспечение ее конкурентоспособности; разрабатывать планы реализации стратегических решений в организации. Владеет навыками стратегического анализа, выявления факторов успеха, экономического обоснования стратегии развития сферы туризма на различных уровнях управления; формирования концепции и разработки стратегии развития сферы туризма на различных уровнях управления.

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов
	ОФО
Выполнение и защита практических работ	40
Самостоятельная работа	20
Экзамен	40
Всего	100

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	A – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено
Хорошо	83–89	B – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	C – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	63–74	D – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	E – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

1.5. Образец оформления экзаменационного билета

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Факультет естественных наук
Кафедра географии

По направлению подготовки	43.03.02 «Туризм»
Профиль подготовки	
Квалификация выпускника	магистр
Форма обучения	очная
Курс	2

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 8

1. Факторы, влияющие на состояние и развитие индустрии туризма.
2. Характеристика проблем развития туризма региона: социальных, экономических, политических, экологических и т.д.
3. . Приоритетные направления развития туризма в РФ.

Экзаменатор _____ к.п.н., доцент Д.С. Богатырева

Утверждено на заседании кафедры географии
«___» _____ 20___ г., протокол № 1

И.о. заведующего кафедрой географии _____ Ю.Ю. Чикина

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Задание №1

1. Рассмотрите основные понятия данной темы: туристский рынок, торговля туристскими услугами, импорт туристских услуг, поступления от туризма, конкуренция, общественное разделение труда, экспорт туристских услуг, туристские прибыли, туристский бизнес.
2. Чем современный туристский рынок отличается от предшествующих этапов развития? Назовите тенденции, которые прослеживаются в его эволюции.
3. Используя материалы ЮНВТО данные в динамике с 2000 г. по 2020 г. дайте количественную характеристику современному туристскому рынку. Анализ статданных оформите в виде графиков и диаграмм.
4. Приведите примеры обострения конкурентной борьбы на туристском рынке?
5. Приготовьте презентацию на тему «Конкуренция на туристском рынке и вытекающие из этого бизнес-решения» на примере конкретной ситуации в одной из стран мира по выбору студента.

Задание № 2

1. По материалам UNWTO вычислите долю регионов мира в международных туристских прибытиях, графически изобразите и проанализируйте динамику международных туристских прибытий с 1990 г. по 2020 г. Сделайте письменный анализ.
2. Способом диаграмм изобразите долю регионов мира в международных прибытиях в 1990 г., 2000 г., 2010 г. 2020 г. Сделайте письменные выводы.
3. Используя материалы UNWTO проанализируйте особенности развития международного туризма в 2010-2020 гг.

Задание № 3

1. В чем состоят достоинства и недостатки основных методов сбора информации о международном туризме?
2. Проведите тщательный анализ анкеты. В приведенных ниже вопросах найдите ошибки и исправьте их.
 1. Как часто вы путешествуете?
 - а) *За рубеж*
 - б) *По своей стране*
 2. Не могли бы вы назвать размер своего дохода за последний год с точностью до сотни рублей?
 3. С какой целью вы выезжали за границу?

а) На отдых

б) В поисках работы

в) Для посещения родственников и друзей

4. Какова средняя продолжительность ваших поездок

а) От 0 до 3 суток

б) От 3 до 7 суток

в) От 7 до 28 суток

3. Разработайте самостоятельно анкету для сбора первичной информации о туристских потоках, их объеме и структуре. Проверьте правильность ее составления, обратите внимание на целесообразность включения предложенных вами вопросов в анкету. Определите:

- Помогает ли ответ на каждый из поставленных вопросов достичь цели обследования?
- Является ли формулировка вопросов, краткой, ясной и однозначной?
- Не содержатся ли в формулировках слова, термины, которые могут быть непонятны респонденту? Как их заменить, не исказив смысла вопроса?
- Нет ли скоплений однотипных вопросов, способных вызвать ощущение монотонности и утомления у респондентов?
- Соблюден ли принцип расположения вопросов от простых («контактных») в начале анкеты к сложным? Задаются ли они в логической последовательности?
- Не вызывают ли вопросы отрицательных эмоций у респондента (неприятных ассоциаций, печальных сопоставлений и т.д.)?
- Не задевают ли они достоинства и самолюбия человека?
- Не забыли ли вы включить в анкету варианты ответов на вопросы?

Задание № 4

1. Назовите причины, по которым в большинстве туристских макрорегионов мира внутрирегиональный туристский обмен преобладает над межрегиональным. Как меняется их соотношение в последние годы?

2. В чем состоят особенности пространственного распределения туристских потоков с целью отдыха и развлечений?

3. Разработайте туристский маршрут для группы студентов по одной из стран мира.

4. Какие вы знаете специализированные туристские выставки и биржи?

5. Где располагаются крупнейшие санаторно-курортные центры мира. Дайте им краткую характеристику.

6. Чем можно объяснить рост спроса западных туристов на курортное лечение в странах Центральной и Восточной Европы?

7. Где находятся главные центры паломничества в мире. Назовите наиболее почитаемые святыни трех мировых религий.

Тестовые задания (примеры):

1. Деятельность, направленная на предоставление различного рода туристских услуг и товаров туристского спроса для удовлетворения культурных и духовных потребностей иностранных туристов, – это:

А) международный туризм Б) внутренний туризм

В) национальный туризм Г) устойчивый туризм

2. Договор между производителем туристских услуг и турагентством, предусматривающий передачу прав и привилегий на сбыт туристских услуг, охраняемых торговой маркой либо производимых на основе технологии производителя, называется:

А) дилерский договор Б) договор франшизы

В) договор аренды Г) договором франчайзинга

3. Документ, на основании которого производится обслуживание иностранных туристов и взаиморасчет с фирмой, является:

А) технологическая карта Б) бланк отчетности

В) ваучер Г) туристская путевка

4. Документ, подтверждающий оплату программы услуг с указанием трассы и описания маршрута, срока действия, цены и др., а также факт передачи туристского продукта, называется:

А) туристская путевка Б) технологическая карта

В) стандарт обслуживания Г) трудовой договор

5. Заранее спланированная трасса передвижения туриста в течение определенного времени с целью предоставления ему предусмотренных программой услуг – это:

А) маршрут Б) план передвижения

В) путь следования Г) схема движения

6. Из перечисленных предприятий, укажите предприятия, представляющие индустрию туризма:

А) предприятия размещения Б) предприятия питания

В) транспортные предприятия Г) предприятия быта

7. К дополнительным услугам в туризме относятся:

А) медицинские услуги Б) тренерские услуги

В) транспортные услуги Г) услуги размещения

8. К основным услугам в туризме относятся:

А) транспортные услуги Б) услуги парикмахерские в гостинице

В) услуги лифтеров Г) услуги турагентов

9. Комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и др.), является:

А) продвижением туристского продукта Б) имиджем

В) брейдингом Г) оферта

10. Комплекс сооружений, инженерных и других сетей, в том числе связи, дорог, смежных индустрии туризма предприятий, обеспечивающих нормальный доступ туристов к туристским ресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, а также обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма, называются:

А) транспортный комплекс Б) коммуникационный комплекс

В) индустрия туризма Г) инфраструктура туризма

11. Комплексная туристская услуга, включающая в себя: размещение, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивно-оздоровительные, физкультурные, медицинские и прочие услуги, – называется

А) пэкидж-тур Б) пакет

В) шатл-сервис Г) купон

12. Маршрут (путь следования), начало и окончание которого происходят в одном географическом пункте пребывания, называется

А) кольцевым Б) радиальным

В) линейным Г) смешанным

13. Маршруты называются многодневными, если продолжаются:

А) 14-30 дней Б) 1-5 дней

В) 7-12 дней Г) 3-5 дней

14. Новая отрасль туризма – туризм, обеспечивающий минимальное влияние человека на окружающую природу, – называется:

A) экотуризм Б) экзотический туризм

В) рекреационный туризм Г) национальный туризм

15. Образ фирмы, создаваемый с помощью рекламы престижа, товарного знака, постоянной заботы о качестве услуг, внимания к клиенту, – это:

А) имидж фирмы Б) бренд фирмы

В) пиар Г) континентальный план

16. Обязательные с точки зрения законности и установленного порядка действия, связанные с оформлением и совершением туристского путешествия, а также процедуры, связанные с пересечением границы, называются:

А) туристскими формальностями Б) декларация таможенная

В) гражданско-правовой договор Г) обменный договор

17. Оптовые фирмы, выступающие посредниками между предприятиями туристской индустрии и турагентствами, – это:

А) туроператорские фирмы Б) дистрибьюторские фирмы

В) оптовые предприниматели Г) диллеры

18. Отметка в паспорте дипломатическими представительствами иностранных государств, дающая право его владельцу на временный въезд на территорию государства с целью туризма и отдыха, – это:

A) ваучер Б) туристская виза

В) декларация

Г) карта прибытия

19. Решающую роль в определении позиции страны в международном туризме играют:

А) капитал

Б) природные ресурсы, историко-культурное наследие

В) трудовые ресурсы

Г) политические условия

20. Факторы, влияющие на уровень потребительского (туристского) спроса, а именно: занятость, уровень оплаты труда, пенсионного обеспечения, распределение населения по уровню дохода – являются:

А) социально-экономическими Б) политическими

В) внутренними

Г) внешними

2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов к экзамену (устному)

4 семестр

1. Факторы и условия формирования и развития туристского региона.
2. Экономические и финансовые показатели в туризме
3. Международный туризм: понятие, классификация, классификационные признаки.
4. Главные принципы классификации путешествующих лиц и их основные категории.
5. Исторические аспекты развития международного туризма.
6. Современные факторы развития международного туризма
7. Роль туризма в развитии социальных проблем общества.
8. Социально-экономические предпосылки, необходимые для развития международного туризма
9. Современное состояние и перспективы развития международного туризма.
10. Типология стран по уровню развития туризма.
11. Международный туризм и международные туристские организации.
12. Сущность и содержание туристской индустрии
13. Статистика международных туристских потоков.
14. Статистика туристских доходов и расходов
15. Мотивация международных путешествий.
16. Сегментирование туристского рынка. Типы туристов.
17. Сущность туристского спроса.
18. Основные черты туристского спроса.
19. Организация развлекательного туризма, особенности географии.
20. География делового туризма, особенности организации.
21. География религиозного туризма, особенности организации.

22. География лечебно-оздоровительного туризма, особенности организации.
23. Организация событийного туризма, особенности географии.
24. Формы организации статистического наблюдения. Достоинства и недостатки основных методов сбора информации о международном туризме.
25. Развитие въездного и выездного туризма в России. Место России на мировом туристском рынке.
26. Визовое обслуживание в международном туризме.
27. Санитарные формальности в международном туризме. Страхование туристов, выезжающих за рубеж.
28. Хартия туризма – программный документ, выражающий политические и социальные требования туристов.
29. Деятельность ВТО и других международных туристских организаций.
30. Региональные туристские организации, характеристика их деятельности.
31. Процессы глобализации в международном туризме.
32. Состав и характеристика туристских регионов мира.
33. Особенности обеспечения безопасности на международных маршрутах.
34. Организация средств размещения в международном туризме.
35. Транспортное обеспечение международного туризма.
36. Специфика и состав туристской индустрии.
37. Тенденции развития международного туризма в Америке.
38. Тенденции развития международного туризма в Европе.
39. Тенденции развития международного туризма в Азии и в странах АТР.
40. Тенденции развития международного туризма в Африке.
41. Прогнозы развития международного туризма.
42. Инновационный потенциал международного туризма.