

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт естественных наук
Кафедра географии

УТВЕРЖДАЮ

Директор
Института естественных наук
С.Ю. Гаврик
«13» 01 2025г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
«Инновации в туризме и экскурсионном деле»

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
Е.А. Звонок

Протокол
от «13» 01 2025г. № 13

Луганск, 2025

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) «Инновации в туризме и экскурсионном деле» 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-1	ОПК-1.1. Формирует технологическую концепцию туристского предприятия ОПК-1.2. Управляет процессом внедрения технологических новаций в деятельность предприятий сферы туризма ОПК-1.3. Способен организовать процесс внедрения программного обеспечения в сфере туризма

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Тема 1. Сущность понятий инновация, инновационные процессы	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Тема 2. Теории инновационного развития	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Тема 3. Инновационные процессы в туризме	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Тема 4. Правовые аспекты инновационной деятельности	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Тема 5. Стратегия и планирование инновационной деятельности	ОПК-1	Устный опрос. Выполнение практических

		заданий и их защита.
Промежуточная аттестация	ОПК-1	Зачет (устный)

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Результаты сформированности
ОПК–1	Знает вариативность содержания технологической концепции туристского предприятия; процесс внедрения программного обеспечения в сфере туризма. Умеет формировать технологическую концепцию туристского предприятия. Владеет навыками организации процесса внедрения программного обеспечения в сфере туризма.

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов
	ОФО
Выполнение и защита практических работ	50
Самостоятельная работа	20
Зачет	30
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	А – 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	В – 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	С – 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	Д – 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	Е – 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	

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Вопросы для устного опроса:

1. Как влияют процессы глобализации экономики на развитие туристской деятельности?
2. Охарактеризуйте стратегические альянсы как формы делового партнерства.
3. Как влияют нововведения в политической, экономической и социальных сферах на инновационные процессы в туризме?
4. В чем заключается системный подход к продвижению туристского продукта на рынок?
5. Что такое электронный бизнес?
6. Каковы причины создания и внедрение в туристский бизнес «клубов продукта»?
7. Какова роль Всемирной туристской организации во внедрении нововведений в туризм?
8. Назовите и охарактеризуйте принципы устойчивого развития туризма.
9. Охарактеризуйте вспомогательный счет туризма (ВРТ) как метод оценки роли туризма в экономике страны.
10. Назовите инновационные цели компании и средства их достижения.
11. Охарактеризуйте динамическое моделирование бизнеса.
12. Кто заинтересован в проведении инноваций? Дайте характеристику внешних и внутренних заинтересованных лиц.
13. Перечислите основные нелинейные механизмы, влияющие на инновационные процессы.
14. Как «петли взаимного усиления» влияют на развитие туризма?
15. Пути привлечения сотрудников компании к участию в инновационных процессах.
16. Управление знаниями как новое направление в схеме руководства компаниями.
17. Комплексный подход к планированию внедрений нововведений в компании.
18. Назовите способы создания нововведений. Использование латерального маркетинга в туристской деятельности.
19. Дайте характеристику компаний по типу инновационного поведения.
20. Какими характерными чертами отличается инновационная деятельность в туристской компании?

Практические задания:

Задание 1:

1. Рассмотрите основные законопроекты в области инновационной деятельности, и выскажите свои предложения для её улучшения и эффективности.

2. Проведите сравнительный анализ деятельности по регулированию инновационной деятельности в России и за рубежом.

Подготовить доклады на тему:

1. Тенденции и разновидности форм инновационного менеджмента
2. Нововведения как объект инновационного управления
3. Организация инновационного менеджмента
4. Разработка программ и проектов нововведений
5. Инновационные игры

Задание 2:

1. Применив современный тип маркетинга, создайте необычный продукт/услугу, придумайте лозунг и методы привлечения большего числа покупателей.

2. Выясните, используют ли современные туристские предприятия инновационный менеджмент. Если да, то, как это проявляется?

Подготовить доклады на тему:

1. Значение инноваций для эффективного функционирования туристского предприятия
2. Роль планирования инновационной деятельности для туристического предприятия
3. Стадии планирования бизнес-плана в жизненном цикле инновационного продукта
4. Анализ условий введения инновационного продукта

Задание 3:

1. Разработайте инновационный проект для туристского агентства, соблюдая последовательность всех процессов.

2. Проанализируйте эффективность предложенного Вам инновационного проекта.

3. Заполните предложенную Вам документацию для инновационного проекта.

Подготовить доклады на тему:

1. Проблемы формирования стратегии развития
2. Организационный механизм воздействия на рост эффективности управления гостеприимством
3. Реорганизация как форма роста туристского предприятия
4. Совершенствование уровня администрирования в гостиничном комплексе
5. Влияние технологических нововведений
6. Капиталовложения в индустрию гостеприимства

Задание 4:

1 Рассчитайте срок окупаемости и внутренней нормы доходности инновационного проекта.

2 Приведите примеры успешных инновационных проектов, которые положительно сказались на деятельности предприятия.

3 Дайте технико-экономическое обоснование предложенного Вами инновационного проекта.

Подготовить доклады на тему:

1. Технология Ethernet
2. Предпосылки и области применения Indoor TV
3. Построение систем Indoor TV
4. Сравнение технологий построения Indoor TV

Тестовые задания (примеры):

1. К факторам, определяющим инновацию не относятся:

- а) рыночная среда;
- б) ресурсы;
- в) кадры;
- г) реклама;
- д) потребители.

2. Питер Ф. Друкер выделяет 7 источников инновационной возможности. Какой из ниже представленных источников не входит в его классификацию?

- а) неожиданность;
- б) демографический фактор;
- в) нелепость (несоответствие);
- г) новые знания;
- д) фактор риска;
- е) изменения в ценностных установках.

3. Методы активизации инновационного процесса не включают в себя:

- а) синектика;
- б) бисоциация;
- в) ТРИЗ;
- г) корреляционный анализ;
- д) мозговой штурм;
- ж) лабораторные исследования.

4. «Центр» инноваций в США – «Силиконовая долина», а в России:

- а) Казань;
- б) Уфа;
- в) Сколково;
- г) Москва;
- д) Кижы;
- е) Каспийск.

5. Инновационная стратегия предприятия: бороться за выживание, используя привычные консервативные технологии при минимуме затрат на нововведения. Как называется данная стратегия?

- а) наступательная;
- б) традиционная;
- в) зависимая;
- г) имитационная.

6. По срокам действия проекты бывают:

- а) долгосрочные;
- б) краткосрочные;
- в) промежуточные;
- г) затяжные;
- д) среднесрочные

7. К типам отдыха не относится:

- а) Морской и пляжный отдых;
- б) Экскурсионный отдых;
- в) Деловой туризм;
- г) Паломничество.

8. Активное вмешательство государства в научную деятельность характерно для:

- а) Японии;
- б) Германии;
- в) США;
- г) Англии;
- д) России.

9. Передачей прав на использование интеллектуальной собственности является:

- а) патент;
- б) франшиза;
- в) ведомость;
- г) доверенность;
- д) расписка.

10. Расставьте этапы проведения маркетингового исследования в соответствующем порядке:

- а) исследование конкурентов;
- б) исследование потребителей;
- в) исследование рынка;
- г) исследование системы распространения товара, услуги

Темы для подготовки мультимедийных презентаций:

1. Техничко-экономическое обоснование инновационного проекта.
2. Проведения финансовой экспертизы инновационного проекта.

3. Влияние инновационного проекта на деятельность предприятия сферы услуг.
4. Инвестиции в инновационных проектах.
5. Бизнес-план инновационного проекта.

2.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов к зачету (устному)

1. Содержание понятия «инновация».
2. Виды инноваций.
3. Инновационные процессы.
4. Жизненный цикл и функции инноваций.
5. Инновационная деятельность в туризме.
6. Предпринимательство и инновации.
7. Циклическое развитие экономики.
8. Исследования Н.Д. Кондратьева.
9. Теория инновационных процессов Й. Шумпетера.
10. Технологические уклады развития.
11. Глобализация экономики и ее влияние на развитие туризма.
12. Деловое партнерство.
13. Влияние политической сферы на инновационные процессы в туризме.
14. Влияние экономической сферы на инновационные процессы в туризме.
15. Влияние социальной сферы на инновационные процессы в туризме.
16. Инновационные процессы в продвижении и коммерциализации туристского продукта.
17. Роль Всемирной туристской организации в стимулировании и распространении инноваций.
18. Принципы устойчивого развития туризма.
19. Национальная инновационная система.
20. Интеллектуальная собственность в инновационных процессах.
21. Интеллектуальный продукт как собственность.
22. Использование прав на интеллектуальную собственность в сфере туризма.
23. Охрана и защита интеллектуальной собственности.
24. Содержание и характеристика различных типов стратегий.
25. Планирование инноваций и инновационных проектов.
26. Гиперконкуренция и четыре ее направления.
27. Этапы разработки инновационных проектов.
28. Роль и характер инвестиций в инновационных процессах.
29. Интеллектуальная собственность в инновационных процессах.
30. Организация инновационной деятельности.
31. Управление инновациями.
32. Создание нововведений и их внедрение.
33. Классификация предприятий по типу инновационного поведения.

34. Инновационная деятельность в туристских компаниях.
35. Причины, побуждающие к введению инноваций.
36. Действительная и мнимая потребность в инновациях.
37. Отношение общества к инновациям.
38. Последствия инноваций: прогнозируемые и побочные.
39. Общественный и профессиональный контроль проводимых инноваций.
40. Инновации в социально-культурном сервисе и туризме: выявление необходимости, определение цели, выработка порядка проведения, оценка полученных результатов.
41. Законы Российской Федерации, принятые в последние годы, а также законодательные инициативы общественных организаций и государственной администрации, направленные на проведение инноваций в туризме.
42. Инновационные предложения в туризме, отвечающие спросу потенциальных потребителей и формирующие новые сегменты туристского рынка.
43. Туристско-информационные центры (ТИЦ) как инновационное средство: потребность и роль в развитии туризма.
44. Веб-сайты туристско-информационной системы: состав, структура, архитектура, информационное наполнение.
45. Веб-сайты туристско-информационной системы: функции; состав целевой потребительской аудитории; средства оценки результатов использования потребителями.
46. Вывод к потенциальным потребителям информации о региональных продуктах социально-культурного сервиса и туризма: традиционные и инновационные средства и методы.
47. Инновационные требования к оформлению туристских документов и формированию тур-пакета.
48. Состав турпакета.
49. Гарантии соответствия документов – предоставляемым услугам.
50. Роль «Памятки туристу», содержание её обязательной части, ответственность турфирмы за полноту этого документа и ознакомление с ним покупателя тура.
51. «Связи с общественностью» (Public Relations – PR) как инновационный инструмент взаимодействия турфирмы с потребителями на российском рынке туризма и гостеприимства.
52. Имидж фирмы: определение, важнейшие составляющие и их характеристика.
53. Инновационные методы формирования имиджа.
54. Средства и методы активизации и продвижения имиджа.
55. Роль имиджа в рыночной презентации фирмы и ее продуктов.
56. Возможность разработки и осуществления инноваций в условиях экономического кризиса.
57. Необходимость инноваций в гостиничном и ресторанном бизнесе и роль этих инноваций в составе турпродукта (на конкретных примерах).

58. Инновации в транспортном обеспечении и маршрутах туров.
59. Транспорт как привлекательная составляющая тура.
60. Инновационные методы в выставочно-ярмарочных технологиях продвижения турпродуктов к их потенциальным потребителям.
61. Венчурные фонды (ВФ) и инвестирование финансовых средств в инновационные турпродукты.
62. Принципы взаимодействия ВФ, инвесторов и компаний, ориентированных на использование привлечённых капиталов для осуществления инновационных проектов.
63. Инновационные тематические направления в современном туризме.
64. Инновационные географические направления в современном туризме.
65. Инновационные методы работы с туристами во время продажи туров.
66. Инновационные средства размещения.
67. Инновации в организации питания туристов.
68. Инновации в организации экскурсионного обслуживания.
69. Инновации в технологиях продаж турпродукта.
70. Инновации в туроперетинге.