

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт естественных наук
Кафедра географии и туризма

УТВЕРЖДАЮ
Директор
Института естественных наук
С.Ю. Гаврик
«04» _____ 02 _____ 2026 г.

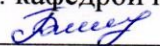


Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

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:
доцент кафедры географии и туризма,
к.п.н. Д.С. Богатырева

Зав. кафедрой географии и туризма
 И.А. Белецкая

Протокол
от «27» _____ 07 _____ 2026 г. № 11

Луганск, 2026

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	<p>Знает вариативность содержания технологической концепции туристского предприятия; процесс внедрения программного обеспечения в сфере туризма.</p> <p>Умеет формировать технологическую концепцию туристского предприятия.</p> <p>Владеет навыками организации процесса внедрения программного обеспечения в сфере туризма.</p>

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	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	

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.