

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Геолого-географический факультет

УТВЕРЖДАЮ

Декан ГГФ



П.А. Тишин
П.А. Тишин

" 07 " 10 2021 г.

**Фонд оценочных средств
по дисциплине**

МАРКЕТИНГ И ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Направление подготовки (специальность)
05.03.02 География

Направленность (профиль) подготовки:
«География, геотехнологии, туризм и экскурсионное дело»

Фонд оценочных средств соответствует ОС НИ ТГУ по направлению подготовки 05.03.02 География, учебному плану направления подготовки 05.03.02 География, направленности (профиля) «География, геотехнологии, туризм и экскурсионное дело» и рабочей программе по данной дисциплине.

Полный фонд оценочных средств по дисциплине хранится на кафедре краеведения и туризма

Разработчик ФОС:

Хромых Вадим Валерьевич– кандидат географических наук, доцент кафедры география геолого-географического факультета НИ ТГУ.

Экспертиза фонда оценочных средств проведена учебно-методической комиссией факультета, протокол № 5 от 21.05.2021 г.

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры географии, протокол № 10 от 07.10.2021 г.

Руководитель ОПОП

«География, геотехнологии, туризм и экскурсионное дело»,
заведующая кафедрой географии



Н.С. Евсева

Формируемые компетенции

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-7 – способен проектировать туристско-рекреационные системы для рационального использования потенциала территории

ПК-6 – способен осуществлять деятельность по оценке, формированию, продвижению и реализации туристского продукта

Таблица 1 – Уровни освоения компетенций и критерии их оценивания

Компетенция	Результаты освоения дисциплины	Критерии оценивания результатов освоения дисциплины			
		Повышенный (отлично)	Достаточный (хорошо)	Пороговый (удовлетворительно)	Допороговый (неудовлетворительно)
		Шкала оценки тестовых заданий			
		85-100%	70-84%	55-69%	менее 55%
ПК-7	ИПК-7.3. Проводит туристско-рекреационное районирование и планирование деятельности туристско-рекреационной системы	Успешное и систематическое умение планировать деятельность туристско-рекреационной системы	Успешно умеет планировать деятельность туристско-рекреационной системы, но совершает отдельные ошибки	В целом умеет планировать деятельность туристско-рекреационной системы, но допускает грубые ошибки	Не умеет или сформировано лишь фрагментарное умение планировать деятельность туристско-рекреационной системы
ПК-6	ИПК-6.1. Проводит оценку туристско-рекреационного потенциала территории, а также маркетинговые исследования спроса и предложений на туристские услуги и продукт.	Успешное и систематическое умение оценивать туристско-рекреационный потенциал территории, а также результаты маркетинговых исследований спроса и предложений на туристские услуги и продукт.	Успешно умеет оценивать туристско-рекреационный потенциал территории, а также результаты маркетинговых исследований спроса и предложений на туристские услуги и продукт, но совершает отдельные ошибки в анализе	В целом умеет оценивать туристско-рекреационный потенциал территории, а также результаты маркетинговых исследований спроса и предложений на туристские услуги и продукт, но допускает грубые ошибки в анализе	Не умеет или сформировано лишь фрагментарное умение оценивать туристско-рекреационный потенциал территории, а также результаты маркетинговых исследований спроса и предложений на туристские услуги и продукт
	ИПК-6.3. Организует планирование и проведение мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта	Успешное и систематическое умение планировать мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта	Успешно умеет планировать мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта, но совершает отдельные ошибки в анализе	В целом умеет планировать мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта, но допускает грубые ошибки в анализе	Не умеет или сформировано лишь фрагментарное умение планировать мероприятий по продвижению и реализации туристского продукта

Таблица 2. Этапы формирования компетенций и виды оценочных средств

№	Этапы формирования компетенций (разделы дисциплины/модуля/практики)	Результат освоения дисциплины	Вид оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	Введение	ИПК-7.3	Тестирование
2	Туризм как отрасль экономики	ИПК-7.3	Тестирование Практическая работа № 1
3	Структура индустрии туризма	ИПК-6.1, ИПК-7.3	Тестирование Практическая работа № 2
4	Экономические отношения между туристскими фирмами	ИПК-7.3	Тестирование
5	Элементы системы маркетинга	ИПК-6.1	Тестирование Практическая работа № 3
6	Маркетинговая среда турфирмы	ИПК-6.1, ИПК-7.3	Тестирование Практическая работа № 4
7	Изучение рынка	ИПК-6.1	Тестирование Практическая работа № 5
8	Разработка туристского продукта	ИПК-6.1, ИПК-6.3	Тестирование Практическая работа № 6
9	Ценообразование	ИПК-6.1	Тестирование Практическая работа № 7
10	Продвижение продукта на рынке	ИПК-6.3	Тестирование Практическая работа № 8
11	Маркетинговые связи с общественностью	ИПК-6.3	Тестирование

Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине

Тестирование

1. Выберите крупнейший по числу пассажиров аэропорт мира:

- а) Орли;
- б) Шереметьево;
- в) Хартсфилд;
- г) Нарита;
- д) Франкфурт-на-Майне;
- е) Хитроу

2. Система льготных железнодорожных тарифов в Европе:

- а) TGV
- б) Eurail Pass
- в) EuroStar
- г) British Pass
- д) Discont
- е) Alta Velochita

Тесты множественного выбора

Выберите несколько правильных ответов из числа предложенных вариантов

1. Выберите американские авиакомпании:

- а) Lufthansa
- б) Delta
- в) JAL
- г) UTA

- д) United Airlines
- е) Qantas

2. Льготные авиатарифы:

- а) JAL
- б) PEX
- в) DEX
- г) APEX
- д) TGV
- е) TUI

Тесты на восстановление последовательности

1. Поставьте виды транспорта в порядке уменьшения их роли в перевозке туристов в Европе:

- а) Внутренний водный
- б) Железнодорожный
- в) Авиа
- г) Автомобильный

Тесты на восстановление соответствия

Найдите соответствие

1. Отметьте строку, где полное соответствие:

- а) Первый класс большинства авиакомпаний – бесплатный провоз багажа 20 кг
- б) Москва (Шереметьево) – крупнейший аэропорт мира
- в) TGV – сеть сверхскоростных железных дорог Франции
- г) JAL – крупнейшая авиакомпания Италии
- д) Россия – мировой лидер по авиаперевозкам туристов

2. Найдите соответствие между городом и названием аэропорта:

- | | |
|-----------|------------------------|
| 1. Москва | а) Пулково |
| 2. Токио | б) Нарита |
| 3. Чикаго | в) имени Джона Кеннеди |
| 4. Лондон | г) Хартсфилд |

Перечень практических работ

№ п/п	Раздел	Наименование практической работы
1	2	Формальности, связанные с пересечением границы (4 часа)
2	3	Мировая транспортная инфраструктура туризма (4 часа)
3	5	Методы сбора информации в маркетинговых исследованиях (2 часа)
4	6	Факторы маркетинговой среды турфирмы (2 часа)
5	7	Сегментация рынка (2 часа)
6	8	Разработка торговой марки (2 часа)
7	9	Стратегии ценообразования (2 часа)
8	10	Организация рекламной кампании для нового продукта (2 часа)

План практического занятия на примере темы «Стратегии ценообразования»

- 1. Внутренние факторы ценообразования.
- 2. Внешние факторы ценообразования.
- 3. Цели маркетинга фирмы.

4. Ценовые войны и выход из них.
5. Стратегия прорыва на рынок.
6. Стратегия «снятия сливок».
7. Стратегия престижных цен.
8. Условия для различных стратегий.

Вопросы по практическим занятиям для самостоятельной работы студентов:

1. Охарактеризуйте и сравните маркетинговую макро- и микросреду для трёх из следующих фирм:

- «Шория Тур»
- «Томсктурист»
- «Kuoni»
- «Thomas Cook»
- «KFC»
- «Delta Airlines»
- «Marriott»

Тема: Факторы маркетинговой среды турфирмы

2. Разработайте стратегию ценообразования для следующих ситуаций и охарактеризуйте условия для выполнения такой стратегии:

А). Ваша компания являет собой небольшую гостиничную цепь из десятка отелей, но с неплохой репутацией. Вы планируете открытие нового гостиничного комплекса на курорте, где о вашей компании никто не знает. Но планы на этот рынок у вас большие...

Б). Ваше турагентство через несколько месяцев планирует приобрести автобус и сделать большие вложения в недвижимость.

В). Ваша компания – единственная на данном рынке специализируется на эксклюзивных «элитных» турах и имеет очень хорошую репутацию.

Г). Ваша компания – средних размеров и имеет несколько направлений туристской деятельности на различных рынках. На одном из рынков вы попали в «ценовую войну» с конкурентами.

Тема: Стратегии ценообразования

3. Разработайте торговую марку – Brand (название, знак, слоган) для одного из следующих туров:

- А). Тур по Золотому Кольцу России
- Б). Тур для болельщиков ФК Томь на игру в Новосибирск
- В). Тур на ледоколе на Северный полюс

Тема: Разработка торговой марки

4. На какие критерии сегментации рынка вы обратите особое внимание при выборе целевого сегмента на рынке, если ваша турфирма специализируется на:

- А). Молодёжный образовательный туризм
- Б). Горнолыжный туризм
- В). Морской круизный отдых

Тема: Сегментация рынка

5. Вы осуществляете сбор информации о рынке для своей компании, представляющей собой сеть предприятий быстрого питания (FastFood). Составьте анкету для опроса потенциальных клиентов.

Тема: Методы сбора информации в маркетинговых исследованиях

6. Вы работаете в небольшом турагентстве в Томске. Приведите примеры объявлений рекламы потребностей и рекламы возможностей вашей фирмы.

Тема: Организация рекламной кампании для нового продукта

Оценивание результатов освоения дисциплины в ходе текущего контроля происходит на основании критериев, обозначенных в таблице. Сводные данные текущего контроля успеваемости по дисциплине отражаются в электронной информационно-образовательной

среде НИ ТГУ Проверка уровня сформированности компетенций осуществляется в процессе промежуточной аттестации.

Результаты освоения дисциплины	Оценочные средства	Порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости (формы, содержание, сроки и т.п.)
ИПК-7.3 ИПК-6.1 ИПК-6.3	Практическое задание №1-8	<p>Повышенный уровень («Отлично»):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнены в соответствии с указанными требованиями 2. Ход решения работы определен правильно 3. Выполнены в срок до зачетного занятия <p>Достаточный уровень («Хорошо»):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнены в соответствии с указанными требованиями 2. Ход решения работы определен в целом верно, но допущены незначительные ошибки, не влияющие на конечный результат 3. Выполнены в срок до зачетного занятия <p>Пороговый уровень («Удовлетворительно»):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнены в целом в соответствии с указанными требованиями 2. Алгоритм решения был нарушен, в связи с чем конечный результат работы может оказаться под сомнением 3. Выполнены в срок до зачетного занятия <p>Допороговый уровень («неудовлетворительно»):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выполнены в целом в соответствии с указанными требованиями 2. Алгоритм решения был грубо нарушен, в связи с чем конечный результат работы неверный 3. Работа не сдана
	Тестирование	Результаты тестирования оцениваются в соответствии со шкалой: 85-100 % – повышенный уровень; 84,9-70 % – достаточный уровень; 69,9-55 % – пороговый уровень; менее 54,9 % – допороговый уровень.

На оценку промежуточной успеваемости студента напрямую влияет оценка текущей успеваемости – промежуточная оценка не может быть выше текущей, которая вычисляется из суммы баллов, полученных студентом за посещаемость лекций, за ведение конспектов, успешность выполнения тестов и контрольных работ, выполнение и защиту практических работ.

Учебная деятельность студента (в скобках указано количество видов учебной деятельности в течение двух семестров)		Максимальное количество баллов		
		за каждое задание	за один вид учебной деятельности	в сумме за все виды учебной деятельности
Посещение лекций (16 лекций) и практических занятий (10 аудиторных занятий)			1	16+10=26
Наличие конспектов (11 тем)			1	11
Тесты из 10 вопросов (6 тестов)	правильный ответ на вопрос	0,5	0,5x10=5	6x5=30
Практические работы (8)		3-5		3x8=24 4x8=32

			5x8=40
Экзамен			10-25
Всего			132

Сумма баллов, набранная студентом в течение семестра, переводится в оценку текущей успеваемости студента по приведенной ниже шкале.

Шкала перевода баллов в оценку текущей успеваемости

Баллы	Оценка
100-132	5
75-99	4
50-74	3
0-49	2

Экзамен в седьмом семестре проводится в устной форме по билетам.

Экзаменационный билет состоит из двух частей.

Первая часть содержит один вопрос, проверяющий ИПК-7.3. Ответ на вопрос первой части дается в развернутой форме.

Вторая часть содержит один вопрос, проверяющий ИПК-6.1 и ИПК-6.3.

Ответ на вопрос второй части дается в развернутой форме.

Примерный перечень вопросов:

1. Туризм как отрасль экономики. Основные экономические категории туризма
2. Услуга в туризме. Виды услуг, стоимость услуги.
3. Категории предприятий, оказывающих туристские услуги.
4. Международный туризм. Основные понятия. Туристский экспорт и импорт
5. Этапы туристских затрат и доходы от международного туризма
6. Авиатранспорт в индустрии туризма
7. Железнодорожный транспорт в индустрии туризма
8. Водный транспорт в индустрии туризма
9. Средства размещения в индустрии туризма. Формы объединений в гостиничном
10. бизнесе.
11. Средства организации питания в индустрии туризма
12. Понятие туристской фирмы. Виды турфирм. Формы объединения турфирм.
13. Маркетинг. Виды маркетинга. Основные этапы маркетинговых исследований.
14. Методы сбора информации в маркетинговых исследованиях
15. Маркетинговая среда турфирмы
16. Рынок. Критерии сегментации туристского рынка.
17. Туристский продукт
18. Разработка торговой марки
19. Цена. Факторы ценообразования в туризме. Ценовые стратегии фирмы.
20. Реклама в туризме
21. Маркетинговые связи с общественностью.

№	Оценка	Требования
1	«Отлично»	Все индикаторы компетенций освоены на «повышенный уровень», или одна из компетенций освоена на «достаточный уровень», а две другие на «повышенный»
2	«Хорошо»	Все индикаторы компетенций освоены на «достаточный уровень», или две освоены на «достаточный» уровень, а другая на «повышенный» или «пороговый», или одна из компетенций

		освоена на «повышенный уровень, вторая на «достаточный», а третья на «пороговый»
3	«Удовлетворительно»	Все индикаторы компетенций освоены на «пороговый уровень», или две компетенции освоены на «пороговый», а третья на «достаточный»
4	«Неудовлетворительно»	Одна или больше компетенций освоены на «допороговый уровень»