

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Геолого-географический факультет

УТВЕРЖДАЮ:
Декан геолого-географического
факультета



 П.А. Тишин
"23" июня 2023 г.

**Фонд оценочных средств
по дисциплине**

МЕНЕДЖМЕНТ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА

Направление подготовки (специальность)

География

Направленность (профиль) подготовки:

«Географические основы развития туризма»

Томск-2023

Фонд оценочных средств соответствует ОС НИ ТГУ по направлению подготовки 05.04.02 География, учебному плану направления подготовки 05.04.02 География, направленности (профиля) «Географические основы развития туризма» и рабочей программе по данной дисциплине.

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

Разработчик ФОС:

Филандышева Лариса Борисовна – канд. геогр. наук, доцент кафедры краеведения и туризма геолого-географического факультета НИ ТГУ

Экспертиза фонда оценочных средств проведена учебно-методической комиссией факультета, протокол № 7 от 22.06.2023 г.

Фонд оценочных средств рассмотрен и утвержден на заседании кафедры краеведения и туризма, протокол № 418 от 19.06.2023 г.

Руководитель ОПОП

«Географические основы развития туризма»  Л.Б. Филандышева

Заведующий кафедрой краеведения и туризма _  Е.П. Макаренко

Формируемые компетенции

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

- ПК-3. Способен управлять деятельностью структурного подразделения или предприятия, занимающегося организацией и предоставлением туристских и экскурсионных услуг

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-3	ИПК-3.1. Определяет концепцию и стратегию развития предприятия или структурного подразделения, занимающегося организацией и предоставлением туристских и экскурсионных услуг	Успешное и систематическое умение определять концепцию и стратегию развития предприятия или структурного подразделения, занимающегося организацией и предоставлением туристских и экскурсионных услуг	Успешно умеет определять концепцию и стратегию развития предприятия или структурного подразделения, занимающегося организацией и предоставлением туристских и экскурсионных услуг, но совершает отдельные ошибки в анализе	В целом умеет определять концепцию и стратегию развития предприятия или структурного подразделения, занимающегося организацией и предоставлением туристских и экскурсионных услуг	Не умеет или сформировано лишь фрагментарное умение определять концепцию и стратегию развития предприятия или структурного подразделения, занимающегося организацией и предоставлением туристских и экскурсионных услуг
	ИПК-3.2. Организует текущую деятельность, контроль и формирует кадровую политику предприятия или структурного подразделения, занимающегося организацией и предоставлением туристских и экскурсионных услуг	Успешное и систематическое умение организовывать текущую деятельность, контроль и формирует кадровую политику предприятия или структурного подразделения, занимающегося организацией и предоставлением туристских и экскурсионных услуг	Успешно умеет организовывать текущую деятельность, контроль и формирует кадровую политику предприятия или структурного подразделения, занимающегося организацией и предоставлением туристских и экскурсионных услуг, но совершает отдельные ошибки в анализе	В целом умеет организовывать текущую деятельность, контроль и формирует кадровую политику предприятия или структурного подразделения, занимающегося организацией и предоставлением туристских и экскурсионных услуг, но допускает грубые ошибки в анализе	Не умеет или сформировано лишь фрагментарное умение организовывать текущую деятельность, контроль и формирует кадровую политику предприятия или структурного подразделения, занимающегося организацией и предоставлением туристских и экскурсионных услуг

Таблица 2. Этапы формирования компетенций и виды оценочных средств

№	Этапы формирования компетенций (разделы дисциплины/модуля/практики)	Результаты освоения дисциплины	Вид оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	Введение. Деловой туризм: понятие, содержание	ИПК-3.1. ИПК-3.2.	Тестирование №1-7 Реферат
2	Структура рынка делового туризма		
3	Тренды в развитии индустрии делового туризма: локальный и глобальный аспекты		
4	Организация деловых туров		
5	Глобальный рынок делового туризма и индустрии его встреч		
6	Особенности планировании деятельности и работы менеджера в бизнес-туризме		

Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине
Тестирование №1 «Деловой туризм: понятие, содержание»

1. Деловой туризм – это:

А. вид туризма, совершаемый с деловыми (коммерческими) целями, включающий в себя деловые встречи, конгрессы, конференции, саммиты, съезды, симпозиумы, семинары, презентации и др.

Б. вид туризма ориентированный на посещение местности в определенное время, связанный с каким-либо событием;

В. перемещение туристов в пределах или за пределы государственных границ на срок не менее 20 часов и не более 6 месяцев в оздоровительных целях, целях профилактики различных заболеваний организма человека.

Г. путешествия и поездки с познавательными целями

2. Кого можно отнести из перечисленных ниже путешествующих лиц к категории деловых туристов? (несколько вариантов ответа)

А. политического лидера из Москвы, находящегося в течение дня в Санкт-Петербурге для встречи с избирателями в ходе предвыборной кампании;

Б. итальянскую фирму, которая организовала тур по Дунаю для десяти своих сотрудников в качестве поощрения по итогам работы за год;

В. студента из Томска, который едет в Великобританию на два года, чтобы продолжить образование в Кембриджском университете;

Г. Николь Буше, прилетевшую из Парижа в Америку на три дня для проведения деловых переговоров в Вашингтоне;

Д. пенсионера, который провел осенью две недели в Крыму с лечебными целями;

Е. молодоженов, отправляющихся в свадебное путешествие за границу;

Ж. участников авторалли Париж – Дакар;

И. беженцев.

3. Формальный обмен мнениями на встрече или собрание для обсуждения общих для всех участников вопросов – это

А. конгресс;

Б. конференция;

В. саммит;

Г. съезд;

Д. симпозиум;

Е. семинар.

Тестирование №2 «Организация деловых туров»

- 1) Сервис-бюро гостиницы может предоставить следующие услуги:
- а) заказ ж/д и авиабилетов
 - б) аренда специальных помещений для проведения конференций, встреч, переговоров, презентаций с системами синхронного перевода, включая оборудование для проведения телемостов
 - в) заказ номера для деловых поездок

- 2) В бизнес-центре гостиницы предоставляются следующие услуги:
- а) заказ ж/д и авиабилетов
 - б) аренда специальных помещений для проведения конференций, встреч, переговоров, презентаций с системами синхронного перевода, включая оборудование для проведения телемостов
 - в) заказ номера для деловых поездок

- 3) В бизнес-центре гостиницы Не предоставляются следующие услуги:
- а) заказ ж/д и авиабилетов
 - б) копировальные работы
 - в) резервирование мест в ресторанах
 - г) организация экскурсионного обслуживания, заказ билетов в театры, концертные залы, музеи, на выставки и стадионы
 - д) прокат видеотехники и аудиооборудования
 - е) предоставление гостям информации о достопримечательностях, маршрутах городского транспорта
 - ж) предоставление информационно-справочного материала
 - з) организация встреч и проводов гостей
 - и) оказание услуг секретаря, стенографистки
 - й) в отдельных отелях – визовая поддержка.

Тестирование №3 «Структура рынка делового туризма»

1. Какие поездки преобладают в структуре рынка делового туризма?
- А. Классические деловые поездки
 - Б. Посещение конгрессов и конференций
 - В. Посещение выставок и ярмарок
 - Г. Инсентив-поездки
2. Какая страна, согласно оценке GBTA, в 2017 году занимала 1 место по объему рынка бизнес-путешествий?
- А. США
 - Б. Германия
 - В. Китай
 - Г. Великобритания
3. Сколько деловых поездок ежегодно насчитывается в мире?
- А. Более 80 млн. в год
 - Б. Более 100 млн. в год
 - В. Более 125 млн. в год
 - Г. Более 150 млн. в год

Тестирование №4 «Организация туристских выставок в России и за рубежом»

1. Что не является задачей туристской выставки?
- А. демонстрировать потенциальным клиентам возможности путешествий в ту или иную страну;
 - Б. привлекать внимание к предлагаемым туристским продуктам;
 - В. изучать передовой опыт организации туризма и его рекламы;

Г. разрушение коммерческой стратегии конкурентов.

2. По характеру предложения экспонатов туристские выставки бывают:

- А. универсальные, отраслевые, коммерческие
- Б. отраслевые, специализированные, коммерческие
- В. универсальные, отраслевые, специализированные
- Г. универсальные, коммерческие, специализированные

3. Выставка «Курорты и туризм», проводимая в январе в г. Сочи относится к...

- А. универсальным
- Б. специализированным
- В. Отраслевым

4. Когда преимущественно проводятся туристские выставки?

- А. только летом
- Б. зимой и летом
- В. только весной
- Г. весной и осенью

Тестирование №5 «Глобальный рынок делового туризма и индустрии его встреч»

1. Самая основная статья расходов при организации мероприятия – это?

- 1. Стенд
- 2. Помещение
- 3. Банкет

2. Стоимость организации конференции или семинара определяется несколькими составляющими?

- А) спикером
- Б) количеством участников
- В) расположением места проведения

3. На какое мероприятие аренда помещения дороже?

- а) на организацию конференций и семинаров
- б) на организацию бизнес-выставок
- в) на организацию деловых международных мероприятий

4. В какое время года целесообразно проводить деловые встречи?

- 1 Летом
- 2 Зимой
- 3 Межсезонье

Тестирование №6 «Особенности планировании деятельности и работы менеджера в бизнес-туризме»

1) Расшифруйте и переведите на русский язык английскую аббревиатуру – MICE

М -

I -

C -

E -

2) Инсентив-туризм – это:

1. форма поощрения компаниями своих сотрудников в виде организации для них туристской поездки

2. индивидуальные деловые поездки (командировки)

3. посещение спортивных мероприятий в качестве зрителей

4. посещение международных кинофестивалей в качестве зрителей

5. разновидность конгрессно-выставочного туризма

6. посещение музыкальных фестивалей и фестивалей искусств в качестве зрителей

3) Типичный турист, путешествующий со служебными целями это:

1. Мужчина среднего возраста с высшим образованием, квалифицированный специалист или руководящий работник;

2. Мужчины достигшие пенсионного возраста;

3. Молодые люди от 16 – 25 лет.

4) Центрами МТСЕ-туризма сегодня являются:

1. Германия, Франция, Австрия, Испания, Китай, США, Великобритания, Австралия,

2. Италия, Алжир, Тунис, Канада, Ботсвана, Лаос;

3. Франция, Австрия, Испания, Китай, Гаити

4. Португалия, Россия, ОАЭ, Эфиопия, Гондурас

Тестирование № 7 «Тренды в развитии индустрии делового туризма: локальный и глобальный аспекты»

1 Деловой туризм является одним из направлений в индустрии туризма:

1. Первых

2. Последних

3. Средних

2 Индустрия делового туризма зародилась на

1. Востоке

2. Западе

3. Африке

3 на рынке делового туризма имеется несколько безоговорочных лидеров. В первую очередь это

1. «Азиатские тигры»

2. БРИКС

3. ОПЕК

4 Поездки, связанные с участием в съездах, конференциях, семинарах под эгидой политических, экономических, научных, культурных, религиозных и других организаций, составляют около ... % рынка делового туризма

1. 25

2. 65

3. 16

5 По сведениям американской организации «Круглый стол делового туризма», увеличение оборота в этой сфере на один миллиард долларов приводит к созданию тыс. новых рабочих мест

1. 200

2. 100

3. 25

Примерный перечень тем рефератов и структура

1. Введение. Деловой туризм: понятие, содержание, виды. Содержание и особенности делового туризма. История развития и главные факторы, связь делового туризма с развитием экономики. Деловой туризм как часть туристской сферы и одновременно как часть мировых экономических связей

2. Структура рынка делового туризма. Описание структуры рынка делового туризма, основных секторов в области туризма и гостеприимства, задействованных при организации и реализации бизнес-туров, дестинации делового туризма, деловой туризм и экономика, влияние состояния экономики на развитие делового туризма, география турпотоков делового туризма.

Объем, динамика и прогноз рынка делового туризма. Крупнейшие игроки мирового рынка трэвел-услуг

3. Тренды в развитии индустрии делового туризма: локальный и глобальный аспекты. Анализ состояния дел в развитии делового туризма на различных уровнях (локальном, региональном, федеральном, международном): спрос и предложение. Типология бизнес-путешествий и делового туризма и необходимая инфраструктура. Основные мировые операторы в области делового туризма: история, практика, перспективы

4. Организация деловых туров. Общие принципы организации делового туризма. Особенности туристского продукта, обеспечение рабочего и нерабочего времени. Требования к размещению, офисному оснащению, содержанию познавательных и развлекательных мероприятий. Классические деловые поездки – обеспечение офисных услуг, уровень сервиса, сочетание деловой программы с другими видами деятельности.

5. MICE-мероприятия – специальные пакеты услуг для поездок на встречи, конференции, выставки; тематический подбор мероприятий, офисное обеспечение. Инсентив-туры – индивидуальные туры, корпоративные мероприятия. Специфика организации корпоративных мероприятий.

6. Глобальный рынок делового туризма и индустрии встреч. Опыт организации делового туризма в странах и регионах мира. Мировые центры делового туризма. Опыт сочетания традиционного туризма и делового. Деловой туризм в Западной Европе. Ценовой и временной режим делового туризма. Главные центры. Деловой туризм в странах Азии, специфика потоков и содержание услуг. Российский опыт организации делового туризма. Деловой туризм и проблема сезонности. Предприятия-лидеры индустрии делового туризма. Роль международных ассоциаций в развитии делового туризма

7. Особенности планировании деятельности и работы менеджера в бизнес-туризме. MICE-manager. Требования. Навыки. Личные качества. Функциональные обязанности. Лингвистика в туристическом бизнесе. Деловое общение. Навыки профессиональной коммуникации. Организация событийного туризма. Технология обслуживания корпоративных клиентов.

8. Организация туристских выставок в России и за рубежом. История, опыт и перспективы. Выставочный менеджмент в деловом туризме и индустрии встреч. Основные этапы подготовки и проведения мероприятий, поиск и методика привлечения клиентов. Выбор поставщиков услуг.

9. Трэвел-политика компании Понятия трэвел-политики и менеджмента деловых поездок компании. Стандартизация процессов деловых поездок предприятия. Работа с поставщиками услуг в деловом туризме. Оптимизация расходов на деловые поездки. Система отчетов и отзывов по деловым поездкам. Информационные технологии для автоматизации планирования и контроля деловых поездок. Аутсорсинг в организации деловых поездок. Стратегия обеспечения безопасности трэвел-политики: оценка рисков и качества услуг в деловом туризме.

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-3.1. ИПК-3.2.	Тестирование №1-7	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.
	Реферат	Оценка «Отлично» (высокий уровень) ставится в случае: Реферат соответствует заявленным требованиям

		<p>2. Оформление письменного варианта в соответствии с общими требованиями Работа сдана в срок Оценка «Хорошо» (достаточный уровень) ставится в случае: Реферат соответствует заявленным требованиям</p> <p>2. Оформление письменного варианта в соответствии с общими требованиями с небольшими замечаниями Работа сдана в срок Оценка «удовлетворительно» (пороговый уровень) ставится в случае, если: Реферат в целом соответствует заявленным требованиям, но структура нарушена или пропущены некоторые блоки</p> <p>2. Наличие грубых ошибок в оформлении работы Работа сдана в срок Оценка «Неудовлетворительно» (Допороговый уровень) ставится в случае: 1. Работа не сдана 2. Реферат не соответствует теме, письменный вариант имеет грубые ошибки в оформлении</p>
--	--	---

Требования к оформлению письменных работ и презентаций по дисциплине

Письменный вариант реферата должен быть оформлен в соответствии требованиями <https://www.lib.tsu.ru/ru/oformlenie-rabot-i-spiskov-literatury>

Устный доклад по теме реферата на семинарском занятии должен сопровождаться компьютерной презентацией, соответствующей следующим требованиям:

Презентация должна содержать информацию для доклада по теме не более 15 минут (20-25 слайдов).

На первом слайде обязательно должна присутствовать информация: название презентации, ФИО автора, факультет, группа, дата разработки.

На последнем слайде: обязательное указание на источники информации, активные и точные ссылки на все графические объекты.

Презентация должна соответствовать заявленной в докладе теме

Требования к содержанию презентации:

- содержание презентации должно соответствовать поставленным дидактическим целям и задачам;

- лаконичность текста на слайде;

- сжатость и краткость изложения, максимальная информативность текста;

- рисунки, приведенные в презентации должны быть обязательно подписаны, подпись должна располагаться под картинкой.

Требования к визуальному ряду:

- соответствие изображений содержанию;

- качество изображения (контраст изображения по отношению к фону);

- отсутствие «лишних» деталей на фотографии или картинке,

- яркость и контрастность изображения, одинаковый формат файлов);

- обоснованность и рациональность использования графических объектов.

Требования к тексту:

- читаемость текста на фоне слайда презентации;

- кегль шрифта не менее 24 пунктов, использование не более 3-х вариантов шрифта;

Для допуска к промежуточной аттестации студент должен сдать все практические задания до зачетного занятия. Оценки, полученные за эти виды работ, учитываются при

выставлении итоговой оценки за курс. Если реферат и тестирования выполнены на «повышенный» и «достаточный» уровни, то оценка «зачтено» определяется без ответа на теоретические вопросы.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится во 2 семестре в письменной форме по билетам. Билет содержит 2 теоретических вопроса, проверяющих ИПК-3.1., ИПК-3.2.

Результаты зачета определяются оценками «зачтено» и «незачтено»

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

1. История и главные факторы развития делового туризма, связь делового туризма с развитием экономики

2. Виды делового туризма и факторы их динамики

3. Влияние экономических и природно-климатических факторов на развитие делового туризма

4. Общие принципы организации делового туризма; требования к размещению, офисному оснащению, содержанию познавательных и развлекательных мероприятий

5. Классические деловые поездки – обеспечение офисных услуг, уровень сервиса, сочетание деловой программы с другими видами деятельности

6. МICE-мероприятия – специальные пакеты услуг для поездок на встречи, конференции, выставки; тематический подбор мероприятий, офисное обеспечение

7. Инсентив-туры – индивидуальные туры, корпоративные мероприятия. Специфика организации корпоративных мероприятий.

8. Деловой туризм в Западной Европе, главные центры

9. Деловой туризм в странах Азии

10. Российский опыт организации делового туризма

Оценка	Требования
«Зачтено»	<p>Все как компетенции освоены на «пороговый уровень» и выше</p> <p>1) Дан полный ответ на теоретические вопросы с наличием незначительных недочетов, не требующих для корректировки наводящих вопросов от преподавателя</p> <p>2) Сформированы твердые знания по дисциплине в соответствии с содержанием курса</p> <p>3) В большей части освоены понятийный аппарат по дисциплине</p>
«Незачтено»	<p>Одна и более компетенций освоены на «допороговый уровень»</p> <p>1) Не даны ответы даже на общие вопросы по дисциплине</p> <p>2) Сформированы лишь поверхностные знания по дисциплине, не отображающих общую суть курса</p> <p>3) Не сформирован базовый понятийный аппарат</p>