

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**

МАРКЕТИНГ И ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА

Направление подготовки (специальность)

География

Направленность (профиль) подготовки:

Рекреационная география и туризм»

Томск-2023

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

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

Разработчик ФОС:

Хромых Вадим Валерьевич – канд. геогр. наук, доцент кафедры география 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

«Рекреационная география и туризм»,
заведующая кафедрой краеведения и туризма



Е.П. Макаренко

Формируемые компетенции

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-3. Способен проектировать туристско-рекреационные системы для рационального использования потенциала территории.

ПК-4. Способен анализировать состояние природных, социально-экономических, туристско-рекреационных территориальных систем при решении задач профессиональной деятельности

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-3	ИПК-3.1. Проводит сбор, систематизацию и классификацию объектов туристского интереса на основе изучения природных, социально-экономических, культурных условий территории.	Успешное и систематическое умение проводить сбор, систематизацию и классификацию объектов туристского интереса на основе изучения природных, социально-экономических, культурных условий территории	Успешно умеет проводить сбор, систематизацию и классификацию объектов туристского интереса на основе изучения природных, социально-экономических, культурных условий территории, но совершает отдельные ошибки	В целом умеет проводить сбор, систематизацию и классификацию объектов туристского интереса на основе изучения природных, социально-экономических, культурных условий территории, но допускает грубые ошибки	Не умеет или сформировано лишь фрагментарное умение проводить сбор, систематизацию и классификацию объектов туристского интереса на основе изучения природных, социально-экономических, культурных условий территории
ПК-4	ИПК-4.2. Определяет параметры (показатели) состояния природных, социально-экономических и туристско-рекреационных территориальных систем и формирует базы данных этих параметров (показателей).	Успешное и систематическое умение определять параметры (показатели) состояния природных, социально-экономических и туристско-рекреационных территориальных систем и формирует базы данных этих параметров (показателей).	Успешно умеет определять параметры (показатели) состояния природных, социально-экономических и туристско-рекреационных территориальных систем и формирует базы данных этих параметров (показателей), но совершает отдельные ошибки в анализе	В целом умеет определять параметры (показатели) состояния природных, социально-экономических и туристско-рекреационных территориальных систем и формирует базы данных этих параметров (показателей), но допускает грубые ошибки в анализе	Не умеет или сформировано лишь фрагментарное умение определять параметры (показатели) состояния природных, социально-экономических и туристско-рекреационных территориальных систем и формирует базы данных этих параметров (показателей)

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-3.1 ИПК-3.2	Тестирование Практические работы №1-8
2	Туризм как отрасль экономики		
3	Структура индустрии туризма		
4	Экономические отношения между туристскими фирмами		
5	Элементы системы маркетинга		
6	Маркетинговая среда турфирмы		
7	Изучение рынка		
8	Разработка туристского продукта		
9	Ценообразование		
10	Продвижение продукта на рынке		
11	Маркетинговые связи с общественностью		

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) АРЕХ
- 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-3.1 ИПК-4.2	Практическое задание №1-8	Повышенный уровень («Отлично»): 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 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> <p>Выполнены в целом в соответствии с указанными требованиями</p> <p>Алгоритм решения был грубо нарушен, в связи с чем конечный результат работы неверный</p> <ol style="list-style-type: none"> 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-3.1. Ответ на вопрос первой части дается в развернутой форме. Вторая часть содержит один вопрос, проверяющий ИПК-4.2. 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 компетенции освоены на «повышенный уровень», или одна из компетенций освоена на «достаточный уровень», а две другие на «повышенный»
2	«Хорошо»	Все компетенции 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 компетенции освоены на «пороговый уровень», или две компетенции освоены на «пороговый», а третья на «достаточный»
4	«Неудовлетворительно»	Одна или больше компетенций освоены на «допороговый уровень»