

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
КОЛЛЕДЖ БИЗНЕСА И ТЕХНОЛОГИЙ**

**Комплект контрольно-оценочных средств**

**по учебной дисциплине**

**МДК 03.02 «Маркетинговые технологии в туризме»**

**программы подготовки специалистов среднего звена**

**по специальности 43.02.10 «Туризм»**

Санкт-Петербург

2021 г.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1.Паспорт комплекта КОС по учебной дисциплине
- 2.Спецификации и варианты оценочных средств для текущей аттестации
3. Спецификации и варианты оценочных средств для промежуточного контроля

**ПАСПОРТ**  
**комплекта КОС по учебной дисциплине**  
**МДК 03.02 «Маркетинговые технологии в туризме»**

**1.1. Общие положения**

Контрольно-оценочные средства (КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины МДК 03.02 «Маркетинговые технологии в туризме».

КОС включают контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме контрольной работы 2 семестр и дифференцированного зачета 3 семестр.

КОС разработаны в соответствии с:

образовательной программой СПО по специальности *43.02.10 Туризм*

программы учебной дисциплины МДК 03.02 «Маркетинговые технологии в туризме».

**1.2. Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке**

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Наименование элемента умений/знаний</b>
У1	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;
У2	проводить анализ деятельности других туркомпаний;
У3	работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;
У4	обрабатывать информацию и анализировать результаты;
У5	налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;
У6	работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;
У7	работать с информационными и справочными материалами;
У8	составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;
У9	составлять турпакеты с использованием иностранного языка;
У10	оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;
У11	оформлять страховые полисы;
У12	вести документооборот с использованием информационных технологий;

У13	анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;
У14	рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
У15	рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;
У16	работать с агентскими договорами;
У17	использовать каталоги и ценовые приложения;
У18	консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;
У19	работать с заявками на бронирование туруслуг;
У20	предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;
У21	использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;
У22	использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;
31	виды рекламного продукта;
32	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;
33	способы обработки статистических данных;
34	методы работы с базами данных;
35	методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;
36	планирование программ турпоездок;
37	основные правила и методику составления программ туров;
38	правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;
39	способы устранения проблем, возникающих во время тура;

310	методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;
311	методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;
312	методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;
313	основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;
314	правила бронирования туруслуг;
315	методику организации рекламных туров;
316	правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;
317	основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;
318	технику проведения рекламной кампании;
319	методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;
320	техники эффективного делового общения, протокол и этикет;
321	специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.

### 1.3. Распределение оценивания результатов обучения по видам контроля

Код и наименование элемента умений или знаний		Виды аттестации	
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация
У1	осуществлять маркетинговые исследования, использовать их результаты при создании туристского продукта и для переговоров с турагентствами;	Творческое задание	Дифференцированный зачет
У2	проводить анализ деятельности других туркомпаний;	Деловая игра	
У3	работать на специализированных выставках с целью организации презентаций, распространения рекламных материалов и сбора информации;	Круглый стол	
У4	обрабатывать информацию и анализировать результаты;	Доклад	
У5	налаживать контакты с торговыми представительствами других регионов и стран;	Доклад	
У6	работать с запросами клиентов, в том числе и иностранных;	Доклад	
У7	работать с информационными и справочными материалами;	Доклад	
У8	составлять программы туров для российских и зарубежных клиентов;	Доклад	
У9	составлять турпакеты с использованием иностранного языка;	Творческое задание	
У10	оформлять документы для консульств, оформлять регистрацию иностранным гражданам;	Доклад	
У11	оформлять страховые полисы;	Творческое задание	
У12	вести документооборот с использованием информационных технологий;	Доклад	
У13	анализировать и решать проблемы, возникающие во время тура, принимать меры по устранению причин, повлекших возникновение проблемы;	Творческое задание	
У14	рассчитывать стоимость проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;	Практическая работа	

У15	рассчитывать себестоимость турпакета и определять цену турпродукта;	Доклад	
У16	работать с агентскими договорами;	Доклад	
У17	использовать каталоги и ценовые приложения;	Доклад	
У18	консультировать партнеров по турпродуктам, оказывать помощь в продвижении и реализации турпродукта;	Практическая работа	
У19	работать с заявками на бронирование туруслуг;	Доклад	
У20	предоставлять информацию турагентам по рекламным турам;	Доклад	
У21	использовать различные методы поощрения турагентов, рассчитывать для них комиссионное вознаграждение;	Практическая работа	
У22	использовать эффективные методы общения с клиентами на русском и иностранном языках;	Доклад	
31	виды рекламного продукта;	Творческое задание	
32	правила работы на выставках, методы анализа результатов деятельности на выставках;	Деловая игра	
33	способы обработки статистических данных;	Круглый стол	
34	методы работы с базами данных;	Доклад	
35	методику работы со справочными и информационными материалами по страноведению и регионоведению, местам и видам размещения и питания, экскурсионным объектам и транспорту;	Доклад	
36	планирование программ турпоездок;	Доклад	
37	основные правила и методику составления программ туров;	Доклад	
38	правила оформления документов при работе с консульскими учреждениями, государственными организациями и страховыми компаниями;	Доклад	
39	способы устранения проблем, возникающих во время тура;	Творческое задание	

310	методики расчета стоимости проживания, питания, транспортного и экскурсионного обслуживания;	Доклад	
311	методики расчета себестоимости турпакета и определения цены турпродукта;	Творческое задание	
312	методику создания агентской сети и содержание агентских договоров;	Доклад	
313	основные формы работы с турагентами по продвижению и реализации турпродукта;	Творческое задание	
314	правила бронирования туруслуг;	Практическая работа	
315	методику организации рекламных туров;	Доклад	
316	правила расчетов с турагентами и способы их поощрения;	Доклад	
317	основы маркетинга и методику проведения маркетинговых исследований;	Доклад	
318	технику проведения рекламной кампании;	Практическая работа	
319	методику формирования содержания и выбора дизайна рекламных материалов;	Доклад	
320	техники эффективного делового общения, протокол и этикет;	Доклад	
321	специфику норм общения с иностранными клиентами и агентами.	Практическая работа	

#### 1.4. Распределение типов оценочных средств по элементам знаний и умений текущего контроля

Соде ржан ие учеб ного мате риал а по прог рамм е УД	У 1	У 2	У 3	У 4	У 5	У 6	У 7	У 8	У 9	У 10	У 11	У 12	У 13	У 14	У 15	У 16	У 17	У 18	У 19	У 20	У 21	У 22
Тема 1			5			1 2			1 4			1 2		1 7				1 7			1 7	
Тема 2	1 4						2 2				1 4				1 2				1 2			



Тема 3		1		1 2	1 2			1 2		1 2			1				1 2			1 2		1 2
-----------	--	---	--	--------	--------	--	--	--------	--	--------	--	--	---	--	--	--	--------	--	--	--------	--	--------

Содержание учебно-материала по программе УД	3 1	3 2	3 3	3 4	3 5	3 6	3 7	3 8	3 9	3 10	3 11	3 12	3 13	3 14	3 15	3 16	3 17	3 18	3 19	3 20	3 21
Тема 1			5			1 2			1 4			12		17				17			17
Тема 2	1 4						2 2				14				12				12		
Тема 3		1		1 2	1 2			1 2		12			1				12			12	

### 1.5. Распределение типов оценочных средств по элементам знаний и умений контролируемых на промежуточной аттестации

Содержание учебного материала по программе УД	Тип контрольного задания	
Дифференцированный зачет	9	

## 2. СПЕЦИФИКАЦИЯ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 2.1. Назначение

Спецификацией устанавливаются требования к содержанию и оформлению вариантов оценочного средства докладов, творческих работ и практических заданий.

Доклады, творческие работы и практические задания предназначены для аттестации и оценки знаний и умений студентов по программе учебной дисциплины МДК 03.02 «Маркетинговые технологии в туризме» основной профессиональной образовательной программы 43.02.10 «Туризм»

### 2.2. Контингент аттестуемых: студенты 2 и 3 курса

**2.3. Форма и условия аттестации:** После каждой темы, в соответствии с календарно-тематическим планом.

### 2.4. Время выполнения:

Подготовка 60 мин;  
выполнение 1 час 30 мин;  
оформление и сдача 30 мин;  
всего 3 час 00 мин.

### 2.5. Рекомендуемая литература для разработки оценочных средств и подготовки обучающихся к аттестации.

Основная литература:

1. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 224 с. – ISBN 978-5-7695-5144-4

Дополнительная литература:

1. Маркетинг: учебник и практикум для СПО/ Кузьмина Е.Е. - Научная школа: Российская таможенная академия (г. Люберцы), 2017

### 2.6. Перечень материалов, оборудования и информационных источников.

Проектор, компьютеры, принтеры, сканеры, копиры, мультимедийная система.  
Плакаты, действующие макеты, наборы таблиц, презентации по темам.  
Компьютер преподавателя, компьютеры для студентов, МФУ.  
Нормативно - правовые акты, ГОСТы, рабочая тетрадь для выполнения практических работ, схемы, видео-доклады, презентации.

### **3. ВАРИАНТЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**Решить ситуационные теоретические задания:**

**Вопросы к дифференциальному зачёту по МДК.03.02  
«Маркетинговые технологии в туризме» по модулю  
ПМ.03 «Предоставление туроператорских услуг»**

1. Маркетинг; сущность, задачи и компетенции.
2. Базовые понятия и принципы маркетинга.
3. Концепции маркетинга.
4. Средства маркетинга и регулирование спроса.
5. Содержание маркетинговой деятельности.
6. Особенности спроса в туризме. Специфика туристского маркетинга.
7. Маркетинговая среда фирмы: тенденции и перспективы.
8. Основные факторы макросреды.
9. Микросреда компании.
10. Внутренняя среда компании, взаимодействие с маркетинговой средой.
11. Маркетинговая информационная система и ее элементы.
12. Процесс маркетингового исследования.
13. Направления и цели маркетинговых исследований.
14. Вторичная и первичная маркетинговая информация.
15. Методы сбора первичной информации.
16. Методы прогнозирования и измерения спроса.
17. Сегментирование рынка: сущность, принципы, уровни.
18. Процесс сегментирования рынка.
19. Критерии сегментации туристского рынка.
20. Оценка и выбор рыночных сегментов, стратегии охвата рынка.
21. Разработка стратегии позиционирования.
22. Дифференцирование рыночного предложения.
23. Покупательское поведение: модель, принципы изучения.
24. Индивидуальные ресурсы потребителя.
25. Внешние факторы, формирующие поведение покупателя.
26. Внутренние факторы, формирующие поведение покупателя.
27. Процесс принятия решения о покупке.
28. Типы покупательских решений, особые типы покупательского поведения.
29. Стратегическое планирование: сущность, задачи, уровни.
30. Процесс стратегического планирования.
31. Сущность и последовательность SWOT - анализа.
32. Методы анализ бизнес - портфеля.
33. Разработка стратегий роста.
34. Содержание маркетингового плана.
35. Формы маркетингового контроля.
36. Планирование деятельности турфирмы.
37. Принципы формирования продуктовой политики
38. Тур как основной турпродукт. Характеристики турпродукта.
39. Основные направления стандартизации турпродукта.
40. Информационное сопровождение как элемент продуктовой политики.
41. Планирование ассортимента турпродуктов.
42. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ).

43. Стадии ЖЦТ: характеристики и маркетинговые стратегии.
44. Процесс разработки нового турпродукта.
45. Адаптация турпродукта к сезонному распределению спроса.
46. Оценка конкурентоспособности турпродукта.
47. Роль цены в маркетинге - микс, в общей стратегии компании.
48. Основные факторы ценообразования.
49. Этапы процесса ценообразования.
50. Цели и стратегии ценообразования.
51. Методы формирования цены на турпродукты.
52. Способы адаптации цен в туризме.
53. Понятие «распределение», особенности распределения турпродукта.
54. Основные каналы распределения турпродукта.
55. Решения о структуре канала.
56. Управление каналами распределения.
57. Оптовые и розничные посредники при сбыте турпродукта.
58. Формирование системы распределения турпродукта.
59. Сущность и процесс маркетинговой коммуникации.
60. Инструменты продвижения.
61. Разработка маркетинговой коммуникации.
62. Формирование бюджета на продвижение.
63. Управление интегрированными коммуникациями.
64. Специфика маркетинговой коммуникации на туристском рынке.
65. Организация рекламы турпродукта.
66. Типичные средства рекламы турпродукта.
67. Стимулирование продаж туристских услуг.
68. Связи с общественностью в туристском бизнесе.
69. Использование инструментов прямого маркетинга.
70. Цели, задачи глобального маркетинга.
71. Решение о выходе на зарубежный рынок.
72. Разработка глобального предложения.
73. Природа и характеристики услуг.
74. Особенности маркетинга услуг.
75. Некоммерческий маркетинг: задачи и особенности.

# 1. КРИТЕРИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОЦЕНКИ ПО КАЖДОМУ ОЦЕНОЧНОМУ СРЕДСТВУ

Критерии формирования оценки к экзамену:

Оценка дифференцированного зачета	Требования к знаниям
«отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
«удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.
«неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

**Кодификатор (примерный перечень) оценочных средств для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций**

<i>№ п/п Код оценочного средства</i>	<i>Тип оценочного средства</i>	<i>Краткая характеристика оценочного средства</i>	<i>Представление оценочного средства в фонде</i>
1.	Деловая и/или ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат
2.	Кейс-задача	Учебный материал подается студентам в виде проблем (кейсов), в которых обучающимся предлагается осмыслить реальную профессиональную ситуацию для решения данной проблемы. Знания приобретаются в результате активной и творческой работы: самостоятельного осуществления целеполагания, сбора необходимой информации, ее анализа с разных точек зрения, выдвижения гипотезы, выводов, заключения, самоконтроля процесса получения знаний и его результатов.	Задания для решения кейс - задачи
3.	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам / разделам дисциплины или профессионального модуля
4.	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или	Комплект контрольных заданий по вариантам

		разделу	
5.	Круглый стол, дискуссия, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, диспута, дебатов
6.	Портфолио	Целевая подборка работ студента, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплин, в профессиональном модуле.	Структура портфолио
7.	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Тема групповых и/или индивидуальных проектов
8.	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала	Образец рабочей тетради
9.	Разноуровневые учебные задачи и задания	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определённого раздела дисциплины;	Комплект разноуровневых задач и заданий

		<p>б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей;</p> <p>в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения</p>	
10.	Расчетно-графическая работа	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом.	Комплект заданий для выполнения расчетно-графической работы
11.	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
12.	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной темы.	Темы докладов, сообщений
13.	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определённому разделу, теме, проблеме и т. п.	Вопросы по темам / разделам дисциплины
14.	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

15.	Тест	Средство контроля, направленное на проверку уровня освоения контролируемого теоретического и практического материала по дидактическим единицам дисциплины или профессионального модуля. Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся	Фонд тестовых заданий
16.	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы.	Тематика эссе
17.	Практические работы (практическое задание)	Это задания, с помощью которых у учащихся формируются и развиваются правильные практические действия.	Виды: наблюдение, измерение, опыт, конструирование и др. задания для практических работ
18.	Лабораторные работы	Это проведение учащимися по заданию преподавателя опытов с использованием приборов, применением инструментов и других технических приспособлений.	Задания для лабораторных работ
19.	Тренажёр	Техническое средство, которое может быть использовано для контроля приобретённых студентом профессиональных навыков и умений по управлению конкретным материальным объектом	Комплект заданий для работы на тренажёре
20.	Отчеты по практикам	Средство контроля, позволяющая обучающемуся продемонстрировать обобщенные знания, умения и практический опыт, приобретенные за время прохождения учебной и производственной практик. Отчеты по практикам позволяют контролировать в целом усвоение ОК и ПК обозначенных в ППССЗ.	Виды работ и задания на учебную и производственную практику
21.	Контент-анализ документации	Анализ и оценка в соответствии с критериями документов (журналов теоретического и производственного обучения, характеристик, творческих работ, дневников и отчетов по практике, ВКР и др.), свидетельствующих об уровне	Перечень документов подлежащих анализу, критерии оценки



		компетентности обучающегося.	
22.	Наблюдение	Инструмент сбора информации для установления фактов	Цель, объекты наблюдения, образец листа для фиксирования результатов наблюдения
23.	Задание на ВКР (дипломный проект, дипломная работа)	Перечень основных вопросов, которые должны быть раскрыты в работе, а также указания на основные информационные источники.	ВКР по специальности СПО