

**БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ
«ГУБЕРНАТОРСКИЙ КОЛЛЕДЖ НАРОДНЫХ ПРОМЫСЛОВ»**

Фонд оценочных средств

профессионального модуля

«Предоставление турагентских услуг»

в рамках основной профессиональной образовательной

программы (ОПОП) по специальности СПО

43.02.10 Туризм

Вологда

2016 год

Комплект контрольно-оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности СПО 43.02.10 «Туризм» программы профессионального модуля

Разработчик(и):

Журавлёв Никита Евгеньевич, преподаватель специальных дисциплин;

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения
2. Перечень основных показателей оценки результатов, элементов практического опыта, знаний и умений, подлежащих текущему контролю и промежуточной аттестации
3. Контрольно-оценочные материалы для промежуточной аттестации по МДК/разделу профессионального модуля
4. Контрольно-оценочные материалы для текущего контроля по МДК/разделу профессионального модуля

1. Общие положения

Комплект контрольно-оценочных средств (КОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу профессионального модуля «**Предоставление турагентских услуг**».

КОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме квалификационного экзамена.

КОС разработаны на основании положений:

- ФГОС СПО 43.02.10 «Туризм», базовый уровень подготовки.
- Основной профессиональной образовательной программы по специальности 43.02.10 «Туризм», базовый уровень подготовки.
- Примерной программы профессионального модуля «**Предоставление турагентских услуг**».
- Положения о формировании фонда оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся БПОУ ВО «Губернаторский колледж народных промыслов».

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Предоставление турагентских услуг**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.
ПК 1.2.	Информировать потребителя о туристских продуктах
ПК 1.3.	Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению туристского продукта
ПК 1.4.	Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя
ПК 1.5.	Оформлять турпакет (турпутёвки, ваучеры, страховые полисы)
ПК 1.6.	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю
ПК 1.7.	Оформлять документы строгой отчётности
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ОК 10.	Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен (квалификационный). Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен / не освоен».

Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	<ul style="list-style-type: none"> - осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах из разных источников, - проведение маркетингового исследования, сбор, обработка информации; - разработка рекомендаций по востребованному туристскому продукту 	<p><i>Устный экзамен</i></p> <p><i>Экспертная оценка на практическом занятии</i></p> <p><i>Экспертная оценка выполнения</i></p>
ПК 1.2. Информировать потребителя об туристских продуктах.	<ul style="list-style-type: none"> - умение проводить сравнительный анализ предложений туроператоров, - умение оперировать актуальными данными о туристских услугах, 	<p><i>практического задания на учебной практике</i></p>
ПК 1.3. Взаимодействовать с туроператором по реализации и продвижению турпродукта.	<ul style="list-style-type: none"> - составление пакета документов туроператору, необходимых для получения виз в зарубежных странах. - изложение правил расчёта с турагентами и способы их поощрения. 	<p><i>Квалификационный экзамен</i></p>

ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	- применение основных методик расчёта себестоимости турпакета	
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутёвки, ваучеры, страховые полисы)	- умение использовать современные информационные технологии в системе бронирования турпакетов	
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	- предоставление полной и достоверной информации о визовых и безвизовых странах для граждан РФ, - умение заполнять необходимую документацию для визовой поддержки туристов	
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчётности	- составление бланков документов, необходимых для проведения реализации турпродукта,	

2. Перечень основных показателей оценки результатов, элементов практического опыта, знаний и умений, подлежащих текущему контролю и промежуточной аттестации

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Элементы знаний	Элементы умений	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Выявлять и анализировать запросы потребителя и возможности их реализации.	- осуществление поиска актуальной информации о туристских ресурсах из разных источников, - проведение маркетингового исследования, сбор, обработка информации; - разработка рекомендаций по востребованному туристскому продукту	-структуру рекреационных потребностей, методы изучения и анализа запросов потребителя; -требования российского законодательства к информации, предоставляемой потребителю, к	-определять и анализировать потребности заказчика; -выбирать оптимальный туристский продукт; -осуществлять поиск актуальной информации; -составлять и анализировать базы данных по туристским продуктам и их характеристикам, -проводить маркетинг существующих предложений от	<i>Устный экзамен</i> <i>Экспертная оценка на практическом занятии</i> <i>Экспертная оценка выполнения практического задания на учебной практике</i>
ПК 1.2. Информировать потребителя об туристских продуктах.	- умение проводить сравнительный анализ предложений туроператоров, - умение оперировать актуальными данными о туристских услугах,	правилам реализации туристского продукта; -правила оформления деловой документации; -правила изготовления,		
ПК 1.3. Взаимодействование	- составление пакета документов туроператору,			<i>Квалификационный</i>

ать с туроператором по реализации и продвижению турпродукта.	необходимых для получения виз в зарубежных странах. - изложение правил расчёта с турагентами и способы их поощрения.	использования, учета и хранения бланков строгой отчетности; -перечень стран, имеющих режим безвизового и визового въезда граждан Российской Федерации; -перечень стран, входящих в Шенгенское соглашение, и правила пересечения границ этих стран гражданами Российской Федерации; -требования консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; -этику и психологию делового общения; -информационные технологии и профессиональные пакеты программ по бронированию; -инструкцию по использованию офисной техники; -технику безопасности	туроператоров; -взаимодействовать с потребителями и туроператорами; -осуществлять бронирование туров; -обеспечивать своевременное получение потребителем документов, необходимых для осуществления турпоездки; -оформлять документацию заказа на расчет тура, на реализацию турпродукта; -предоставлять потребителю полную и актуальную информацию о требованиях консульств зарубежных стран к пакету документов, предоставляемых для оформления визы; -консультировать потребителя об особенностях заполнения пакета необходимых документов на основании консультации туроператора по оформлению виз	экзамен
ПК 1.4. Рассчитывать стоимость турпакета в соответствии с заявкой потребителя.	- применение основных методик расчёта себестоимости турпакета			
ПК 1.5. Оформлять турпакет (турпутёвки, ваучеры, страховые полисы)	- умение использовать современные информационные технологии в системе бронирования турпакетов			
ПК 1.6. Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю	- предоставление полной и достоверной информации о визовых и безвизовых странах для граждан РФ, - умение заполнять необходимую документацию для визовой поддержки туристов			
ПК 1.7. Оформлять документы строгой отчётности	- составление бланков документов, необходимых для проведения реализации турпродукта,			

3. Контрольно-оценочные материалы для промежуточной аттестации по модулю ПМ.01

ПРИМЕЧАНИЕ: Контрольно-оценочные материалы для промежуточной аттестации представлены в форме заданий квалификационного экзамена. Каждое задание состоит из двух частей.

Критерии оценки выполнения задания:

По первой части:

- изложение теоретических основ турагентской деятельности;
- приведение примеров с производственной практики;
- наличие обобщений и выводов.

По второй части - демонстрация умений:

- выявления и анализа потребностей заказчиков и подбора оптимального туристского продукта;
- подбора информации о туристских ресурсах на русском и иностранном языках;
- проведения сравнительного анализа предложений туроператоров, разработки рекламных материалов и презентации турпродукта;
- взаимодействия с туроператорами по реализации и продвижению турпродукта с использованием современной офисной техники;
- оформления и расчета стоимости турпакета (или его элементов) по заявке потребителя;
- оказания визовой поддержки потребителю;
- оформления документации строгой отчетности.

Условия проведения экзамена:

1. Экзамен проводится в устной форме.
2. Вторая часть экзаменационного задания носит демонстрационный характер.
3. Экзаменаторы оценивают теоретический и практический ответы студентов по выше приведенным критериям по пяти бальной системе оценивания.
4. Результаты заносятся в оценочные ведомости.

Экзаменационные задания (примеры):

- 1)
1. Турагентская деятельность. Основные понятия. Функции турагентов.
2. Россия, Краснодарский край. Сочи. Анапа. Геленджик (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

2)

1. Документация туристской фирмы.
2. Россия, Крым. Евпатория, Ялта, Феодосия (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

3)

1. Права турфирм и туристов.
2. Испания. Барселона, Майорка, Тенерифе (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

4)

1. Ведение туристской отчетности.
2. Италия. Рим, Римини, Сан-Марино (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

5)

1. Развитие и регулирование туристской деятельности в России.
2. Греция. Крит, Родос (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

6)

1. Предреализационные процессы в сфере туризма.
2. Болгария. Солнечный берег, Золотые пески (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

7)

1. Современные платежные средства в сфере туризма.
2. Тунис. Джерба, Монастир (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

8)

1. Страхование и медицинское обеспечение путешествий.
2. Таиланд. Паттая, Пхукет (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности.

Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

9)

1. Паспортные и визовые формальности.
2. Индия. Гоа (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

10)

1. Пакеты управления турфирмами.
2. Вьетнам. Нячанг, Фантьет (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

11)

1. CRM-системы в туристических фирмах.
2. Мексика. Канкун (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

12)

1. Продажа авиабилетов.
2. Чехия. Прага, Карловы вары (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

13)

1. Профессиональная этика работников турбизнеса.
2. Кипр. Айя-Напа, Протарас (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

14)

1. Современные средства продвижения туристического продукта.
2. Финляндия. Хельсинки, Лапландия (Расположение, выход к морю. Как добраться. Виза. Туристический сезон, климат. Основные достопримечательности. Плюсы и минусы направления. Кому можно рекомендовать это направление).

4. Контрольно-оценочные материалы для экзамена по МДК.01.01. «Технология продаж и продвижения турпродукта»

Критерии оценки выполнения задания:

По первой части:

- изложение теоретических основ турагентской деятельности;
- приведение примеров с производственной практики;
- наличие обобщений и выводов.

По второй части - демонстрация умений:

- проводить консультирование по организации отдыха с указанием полной информации о трансфере, размещении, экскурсионном обслуживании, организации питания в конкретной стране пребывания.

Экзаменационные задания:

1. Туристский продукт, понятия и определения. Египет.
2. Особенности турпродукта и их влияние на технологию продаж. Турция.
3. Структурная модель туристского продукта. Испания.
4. Элементы турпродукта в расширенном толковании. Тунис.
5. Каналы распределения турпродукта. Греция.
6. Многоканальные системы сбыта. Италия.
7. Торговые взаимоотношения между участниками каналов сбыта. Израиль.
8. Электронная коммерция. Выставочная деятельность. Хорватия.
9. Прямой маркетинг. Таиланд.
10. Подготовительный этап. Управление контактом с клиентом. Вьетнам.
11. Технология управления контактом. Индия.
12. Приемы воздействия на клиента. Куба.
13. Исследование потребностей клиента. Мексика.
14. Туристские мотивации. Доминикана.
15. Принятие клиентом решения. Чехия.
16. Презентация турпродукта. Кипр.
17. Переговоры о цене турпродукта. ОАЭ.
18. Работа с возражениями. Болгария.
19. Стимулирование клиента на покупку. Франция.
20. Послепродажное обслуживание. Жалобы. Иордания.

1. Контрольно-оценочные материалы для текущего контроля по МДК. 03.01

Практические работы:

Критерии оценки:

- развернутый ответ с примерами и обоснованиями;

- содержательное наполнение электронного ресурса, описанного в задании;
- анализ материалов турфирм.

1. Изучите печатные материалы и интернет, запишите названия 13-15 турагентств в вашем городе:

2. Подчеркните названия, которые вам кажутся наиболее удачными.

Обоснуйте выбор (устно).

3. Выберите название для собственного турагентства: 4. Придумайте ваш слоган:

5. Постарайтесь в силу способностей нарисовать логотип для вашего агентства (на отдельном листе).

6. Сформулируйте пять постулатов работы с клиентами для вашего агентства:

7. При помощи сайта слетать ру или руспо ру определите список популярных направлений для отдыха.

Направления:

8. При помощи тех же сайтов определите туроператоров, с которыми ваше агентство заключит договора в первую очередь:

9. Найдите группы и аккаунты агентств из п.1 в соцсетях. Какие акции, приемы, «фишки» для привлечения клиентов вы нашли?

10. Создайте закрытую группу вашего турагентства вконтакте. Включите в нее членов вашей рабочей группы и преподавателя. Оформите ее по образцу групп существующих агентств (аватар, обсуждения, контакты и тд).

11. Наполните группу вашего агентства контентом (посты, предложения туров и тд – штук 5-6, РАЗНЫХ).

12. Выберите из п.1 несколько наиболее крупных, на ваш взгляд, агентств. Постарайтесь найти в интернете как можно больше упоминаний о них, изучите их контакты (сайт, соцсети и т.д.) Сделайте вывод – какие каналы используют данные агентства для продвижения турпродукта к конечному покупателю?

13. Какие каналы вы стали бы использовать для привлечения туристов в ваше агентство в условиях довольно ограниченного бюджета?

14. Запишите – чем, в первую очередь, руководствуется клиент при выборе турфирмы?

Вариант 1:

1. Варадеро находится на территории _____

2. Выражение «конвертируемый песо» означает _____

3. Ближайший город по отношению к Варадеро, где можно увидеть исторические достопримечательности - _____

4. Язык местных жителей, работающих на курорте - _____

5. Перечислите минимум пять причин посетить Варадеро:

Вариант 2:

1. Коста-Дорада находится на территории _____

2. Порт-Аventura - это _____

3. Туристы, едущие в регион Коста-Дорада прилетают в аэропорт города _____

4. Валюта, используемая на курорте Коста-Дорада - _____

5. Перечислите минимум пять причин посетить регион Коста-Дорада:

Вариант 1:

1. Бали – это _____ в _____.

2. Кабардинка, Архипо-Осиповка, Дивноморское, Бетта – все эти поселки находятся в окрестностях:

а) Сочи б) Анапы в) Геленджика) Симферополя

3. Дорога от аэропорта Камрань до вьетнамского курорта Фантьет (Муйне) на автобусе занимает _____ часов, а до города-курорта _____ - всего 30-40 минут.

4. Коста-Дорада находится в Испании и подходит, в первую очередь, для _____. Здесь находится парк развлечений _____.

5. Айя-Напа находится на _____, лучшее время года для ее посещения – с _____ по _____ (месяцы).

6. Ближайший аэропорт к Красной Поляне - _____. Сюда туристы едут, чтобы

7. Ски-пасс – это _____.

8. «Золотая бухта» - это _____.

Вариант 1:

1. Сервисное страхование означает, что счет на медицинские услуги больница выставляет а) туристу б) страховой компании. При компенсационном страховании счет выставляется а) туристу б) страховой компании (нужное подчеркнуть).

2. При наступлении страхового случая в поездке (необходимость медицинской помощи) турист должен:

3. В страховом полисе всегда указываются:

1)

2)

3)

4. Что такое франшиза (в страховании)?

5. Застрахована отмена поездки, участники поездки – пара, которая не состоит в официальном браке, и у одного из них наступает страховой случай, будут ли компенсированы расходы второго человека? _____

6. К близким родственникам по правилам страхования относятся:

7. Крайний срок оформления страхования по риску «отмена или прерывания поездки» - не позднее _____-х рабочих дней, с даты подтверждения тура. Такая страховка обычно (входит\не входит) в базовый пакет страхования туристов.

8. Грин-карта – это _____.