**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение**

**высшего образования**

**«Самарский государственный экономический университет»**

**Факультет** среднего профессионального и предпрофессионального образования

**Кафедра** факультета среднего профессионального и предпрофессионального

образования

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 10 от 22 мая 2025 г.)

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ**

Наименование дисциплины ПДП Производственная практика (преддипломная)

Специальность 43.02.16 Туризм и гостеприимство

Программа Туроператорские и турагентские услуги

Квалификация (степень) выпускника Специалист по туризму и гостеприимству

Самара 2025

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

***Контролируемые компетенции – ОК 01.; ОК 02.; ОК 03; ОК 04.; ОК 05.; ОК 06; ОК 07.; ПК 1.1.; ПК 1.2.; ПК 1.3.; ПК 1.4.;***

***ПК 2.1.; ПК 2.2.; ДПК 3.1.; ДПК 3.2.***

**Примерные вопросы к зачету с оценкой**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Задание** | **Ключ к заданию / Эталонный ответ** |
| 1 | Методы исследования рынка туристских продуктов и услуг | Исследование рынка туристских продуктов и услуг включает анализ текущих рыночных тенденций, предпочтений туристов, конкуренции и экономической среды. Используются такие методы, как анкетирование, опросы, глубинные интервью, фокус-группы, контент-анализ публикаций и социальных сетей. Большое значение приобретают аналитика больших данных (Big Data), отслеживание потребительского поведения через интернет-трекеры и специальные аналитические сервисы. Проведение маркетингового SWOT-анализа помогает определить сильные и слабые стороны компании, угрозы и перспективы развития. Полученные данные позволяют формировать конкурентоспособные продукты и эффективные стратегии продвижения. |
| 2 | Конкурентоспособность туристских компаний | Конкурентоспособность туристской компании определяется способностью предложить уникальный и качественный продукт, удовлетворяющий потребности целевых аудиторий. Факторы конкурентоспособности включают профессионализм персонала, ассортимент и разнообразие услуг, ценовой диапазон, узнаваемость бренда, отзывы клиентов и репутацию компании. Важную роль играют технологические нововведения, внедрение современных цифровых платформ, гибкость и адаптивность к изменениям рыночной конъюнктуры. Повышение конкурентоспособности достигается за счёт улучшения качества обслуживания, внедрения новаторских подходов к управлению персоналом и ресурсами, а также активного участия в отраслевых мероприятиях и выставках. |
| 3 | Маркетинговая поддержка бизнеса туристской компании | Маркетинговая поддержка направлена на эффективное позиционирование компании на рынке, привлечение новой аудитории и удержание существующих клиентов. Используется широкий спектр инструментов: реклама в СМИ, участие в специализированных выставках и конференциях, партнерские программы, корпоративные события и презентации. Значительную роль играют цифровые технологии, включая продвижение в поисковых системах (SEO), таргетированную рекламу в соцсетях, email-маркетинг и работу с блогерами. Интерактивные онлайн-каналы позволяют оперативно отслеживать обратную связь от клиентов и оперативно вносить коррективы в предложение услуг. |
| 4 | Направления совершенствования деятельности туристской компании | Совершенствование деятельности туристской компании направлено на повышение эффективности бизнеса и увеличение прибыли. Основные направления включают модернизацию материально-технической базы, внедрение новейших технологий в управление и обработку данных, развитие персонализации предложений, расширение ассортимента и диверсификацию продуктов. Улучшению способствуют грамотная кадровая политика, постоянное повышение квалификации сотрудников, стратегическое партнёрство с транспортными компаниями, отельерами и другими игроками рынка. Активизация исследовательско-разработочной деятельности позволит внедрять новые модели организации туров и развивать экологичный туризм. |
| 5 | Оценка эффективности инноваций в деятельности туристской компании | Оценка эффективности инноваций базируется на анализе финансовых и нефинансовых показателей. К финансовым показателям относятся прирост выручки, снижение себестоимости услуг, рост рентабельности инвестиций. Нефинансовыми показателями считаются улучшение репутации компании, повышение удовлетворённости клиентов, укрепление позиций на рынке. Эффективность оценивается через систему KPI (Key Performance Indicators), включающую измеримые индикаторы успешности реализованных проектов. Мониторинг инновационной активности важен для адаптации компании к меняющимся условиям рынка и укрепления долгосрочного успеха. |

**Критерии и шкалы оценивания промежуточной аттестации**

**Шкала и критерии оценки (зачет с оценкой)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Отлично** | 1. Полно раскрыто содержание вопросов билета. 2. Материал изложен грамотно, в   определенной логической  последовательности, правильно используется терминология.   1. Показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации. 2. Продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность умений и знаний.   Ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов. |
| **Хорошо** | 1. Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «5», но при этом может иметь следующие недостатки: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа. 2. Опущены один - два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию экзаменатора. 3. Допущены ошибка или более двух   недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию экзаменатора. |
| **Удовлетворительно** | 1. Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала. 2. Имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов.   При неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность умений и знаний. |
| **Неудовлетворительно** | 1. Содержание материала нераскрыто.   2. Ошибки в определении понятий, не использовалась терминология в ответе. |