

Частное профессиональное образовательное учреждение
«Магнитогорский колледж современного образования»

РАССМОТРЕНО

на заседании Методического совета

Протокол № 7 от «28» 06 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ:

директор ЧПОУ «МКСО»
С.А. Кузьмина

«23»



КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

ОП. 01 СЕРВИСНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство

г. Магнитогорск, 2023г.

Разработчики:

1. Чистякова Александра Александровна, преподаватель ЧПОУ «Магнитогорский колледж современного образования»

Техническая экспертиза комплекта контрольно-оценочных средств учебной дисциплины *ОП.01 Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве* пройдена

Эксперт: Докукина Е.П., методист ЧПОУ «Магнитогорский колледж современного образования»

Содержание

	стр
1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств.....	4
1.1. Область применения контрольно-оценочных средств.....	4
1.2. Система контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины.....	6
1.2.1. Формы промежуточной аттестации по учебной дисциплине.....	6
1.2.2. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения учебной дисциплины	6
1.2.3. Оценка достижения обучающимися личностных результатов.	7
2. Задания для контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины	8
2.1. Задания для текущего контроля8
2.2. Задания для промежуточной аттестации.....	.8
3. Рекомендуемая литература и иные источники.....	.15

1. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения контрольно-оценочных средств

Комплект контрольно-оценочных средств предназначен для проверки и оценки результатов освоения учебной дисциплины *ОП. 01 Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве программы* подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности *43.02.16 Туризм и гостеприимство*.

Контрольно-оценочные средства (КОС) представляют собой комплект материалов для проведения промежуточной аттестации и текущего контроля

КОС предназначены для проверки усвоенных знаний и усвоенных умений по дисциплине в целях овладения предусмотренных стандартом общих и профессиональных компетенций, а также для оценки достижения обучающимися личностных результатов

Комплект контрольно-оценочных средств позволяет оценивать:

1.Формирование элементов профессиональных компетенций (ПК) и элементов общих компетенций (ОК):

Профессиональные компетенции:

ПК 1.1 Организовывать и осуществлять прием и размещение гостей

ПК 1.2 Организовывать и осуществлять эксплуатацию номерного фонда гостиничного предприятия

ПК 1.3 Организовывать и осуществлять бронирование и продажу гостиничных услуг

ПК 1.4 Выполнять санитарно-эпидемиологические требования к предоставлению гостиничных услуг

Общие компетенции:

ОК 1 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК 4 Работать в коллективе и команде, эффективно взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами

ОК 5 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке с учетом особенностей социального и культурного контекста

ОК 9 пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

2.Освоение умений и усвоение знаний

Таблица 1

Освоенные умения, усвоенные знания	Показатели оценки результата	Форма контроля и оценивания
<i>умения</i>		

<ul style="list-style-type: none"> - принимать нестандартные решения - планировать стратегию личностного развития - брать на себя ответственность за жизнь и здоровье людей - проводить поиск в различных поисковых системах - использовать различные виды учебных изданий - описывать методы мониторинга рынка услуг - воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг 	<ul style="list-style-type: none"> - использование характеристик классификаций услуг и сервиса - применение правил обслуживания потребителей услуг - анализ мониторинга рынка услуг - определение качества сервисных услуг - формирование и продвижение новых услуг в сфере туризма и гостеприимства 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тестирование; - устный опрос; - деловые игры; - оценка подготовленных обучающимися сообщений, докладов, мультимедийных презентаций; - решение ситуационных задач. <p>Промежуточный контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - контрольные задания - тесты
знания		
<ul style="list-style-type: none"> - знать основные требования к стандартизации услуг туристской и экскурсионной деятельности - знать предложения и регистрироваться на курсы повышения квалификации - выстраивать позитивные коммуникативные связи в коллективе - знание классификаций услуг и сервиса; - знание правил обслуживания потребителей услуг - знание методов мониторинга рынка услуг; правил обслуживания потребителей услуг 	<ul style="list-style-type: none"> - типы услуг - классификация услуг по принципам - маркетинговая среда предприятия сервиса - сегментирование рынка услуг - виды сервисной деятельности - тенденции и принципы современного сервиса - формы и методы обслуживания потребителей - виды сервисной деятельности: услуги туроператора, услуги турагента, услуги при самостоятельном туризме, экскурсионные услуги, услуги предприятия питания. 	<p>Текущий контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тестирование; - устный опрос; - деловые игры; - оценка подготовленных обучающимися сообщений, докладов, мультимедийных презентаций; - решение ситуационных задач. <p>Промежуточный контроль:</p> <ul style="list-style-type: none"> - контрольные задания - тесты

3. Формирование личностных результатов реализации программы воспитания по специальности:

ЛР1) Осознающий себя гражданином и защитником великой страны

ЛР2) Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций

ЛР3) Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих

ЛР4) Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»

ЛР5) Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России

ЛР6) Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях

ЛР9) Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях

ЛР12) Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания

ЛР13) Выполняющий профессиональные навыки в сфере сервиса туризма и гостиничного дела

1.2. Система контроля и оценки освоения программы учебной дисциплины

1.2.1. Форма промежуточной аттестации по УД

Таблица 2

Учебная дисциплина	Формы промежуточной аттестации
1	2
ОП. 01 Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве	дифференцированный зачет

1.2.2. Организация текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения программы учебной дисциплины

В период обучения по образовательной программе СПО осуществляется текущий контроль успеваемости студентов, промежуточная и итоговая аттестация по учебным дисциплинам и профессиональным модулям.

Текущий контроль осуществляется в пределах учебного времени, отведенного на учебную дисциплину, оценивается по пятибалльной шкале. Текущий контроль проводится с целью объективной оценки качества освоения программы дисциплины, а также стимулирования учебной деятельности студентов, подготовки к промежуточной аттестации и обеспечения максимальной эффективности учебного процесса. Для оценки качества подготовки используются различные формы и методы контроля. Текущий контроль учебной дисциплины осуществляется в форме устного опроса; защиты практических заданий, реферата, творческих работ; выполнения контрольных и тестовых заданий; решения ситуационных задач и других форм контроля, предусмотренных программой учебной дисциплины.

Промежуточная аттестация проводится в форме, предусмотренной планом учебного процесса: дифференцированного зачета.

В период сложной санитарно-эпидемиологической обстановки или других ситуациях невозможности очного обучения и проведения аттестации студентов колледж реализует образовательные программы или их части с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в предусмотренных законодательством формах обучения или при их сочетании, при проведении учебных занятий, практик, текущего контроля успеваемости, промежуточной, итоговой и (или) государственной итоговой аттестации обучающихся.

Формы и процедура текущего контроля и промежуточной аттестации знаний студентов определяются положениями: «О текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся», «О применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ», «Об организации образовательного процесса в ЧПОУ «МКСО» в связи с профилактическими мерами, связанными с угрозой коронавирусной инфекции»

1.2.3. Оценка достижения обучающимися личностных результатов.

Оценка личностных результатов проводится в рамках контрольных и оценочных процедур, предусмотренных настоящей программой.

Комплекс примерных критериев оценки личностных результатов обучающихся:

- демонстрация интереса к будущей профессии;
- оценка собственного продвижения, личностного развития;
- ответственность за результат учебной деятельности и подготовки к профессиональной деятельности;
- участие в исследовательской и проектной работе;
- соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями и руководителями практики;
- конструктивное взаимодействие в учебном коллективе;
- демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа;
- готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах;
- проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону;
- отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся;
- отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве;
- участие в реализации просветительских программ, поисковых, археологических,
- демонстрация умений и навыков разумного природопользования, нетерпимого отношения к действиям, приносящим вред экологии;
- проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве;
- участие в конкурсах профессионального мастерства и в командных проектах

2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Задания для текущего контроля

Задания для текущего контроля и задания для промежуточной аттестации оформляются по единой структуре.

Структура контрольно-оценочных средств:

Назначение:

КОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения темы «**Основы теории услуг**»

Форма: самостоятельная работа

Умения:

- проводить поиск в различных поисковых системах
- использовать различные виды учебных изданий
- применять методики самостоятельной работы с учетом особенностей изучаемой

дисциплины

Знания:

- историю и теорию в сфере туризма и гостеприимства
- классификацию услуг и сервиса

Задание:

Вариант № 1

Подготовить сообщение с мультимедийной презентацией на тему: "История сервиса в разных странах на разных этапах"

Назначение:

КОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения темы «**Сущность системы сервиса**»

Форма: самостоятельная работа

Умения:

- описывать методы мониторинга рынка услуг
- воспроизводить правила обслуживания потребителей услуг

Знания:

- классификаций услуг и сервиса
- правила обслуживания потребителей услуг

Задание:

Вариант № 2

Ответить письменно на следующие вопросы:

1. Какие разделы включают Правила предоставления гостиничных услуг в РФ
2. Какую информацию исполнитель должен своевременно предоставлять потребителю для правильного выбора услуг?
3. Где такая информация должна размещаться?

2.2. Задания для промежуточной аттестации

Назначение:

КОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения дисциплины **ОП.01 Сервисная деятельность в туризме и гостеприимстве**

Форма: дифференцированный зачет

Список вопросов к дифференцированному зачету

1. Понятие услуги. Свойства услуги
2. Типы услуг: производственные, распределительные, профессиональные, потребительские, общественные
3. Классификация услуг по принципам: вещественности или невещественности, материальные и нематериальные, стандартизированные и творческие, производственные и непроизводственные, коммерческие и некоммерческие, чистые и смешанные, идеальные и реальные, легитимные и нелегитимные, личностные и безличные, простые и сложные и т.д.
4. Рынок услуг и его особенности. Покупательский риск в сфере услуг
5. Маркетинговая среда предприятия сервис
6. Сегментирование рынка услуг
7. Сервис как деятельность. Основные задачи современного сервиса: консультирование, подготовка персонала и покупателя, передача необходимой технической документации, доставка изделия, приведение изделия в рабочее состояние, оперативная поставка запасных частей, сбор и систематизация информации, формирование постоянной клиентуры рынка.
8. Виды сервисной деятельности. Основные виды: технический, технологический, информационно-коммуникативный, транспортный, гуманитарный
9. Классификация сервиса: по времени его осуществления, по содержанию работ, по направленности услуг, по степени адаптации к потребителям, по масштабу и т.д.
10. Основные подходы к осуществлению сервиса
11. Тенденции современного сервиса. Принципы современного сервиса
12. Специфика предоставления услуг: помещение, оборудование, персонал, организация обслуживания, основные этапы исполнения услуг
13. Требования по предоставлению услуг: обязательность предложения, необязательность использования клиентом, эластичность сервиса, удобство сервиса, информационная отдача сервиса, разумная ценовая политика, гарантированное соответствие производства сервису
14. Сервис как потребность. Роль сервиса в удовлетворении потребностей человека
15. Фазы выбора потребителями товаров и услуг: цель, принятие решения, действия, удовлетворение потребности
16. Формы и методы обслуживания потребителей
17. Методы: обслуживание специалистом по сервису, самообслуживание, экспресс-обслуживание и т.д.
18. Обслуживание потребителей в контактной зоне. Понятие «контактной зоны».
19. Соответствие контактной зоны характеру и содержанию сервисной деятельности; техническая оснащенность; помещения; образцы изделий; описание услуг; стоимость услуг
20. Культура сервиса.\
21. Правила обслуживания потребителей
22. Система законодательно-правовых, нормативных, технических документов по регулированию отношений между исполнителями услуг и потребителями, установлению правил конкурентной борьбы, ограничению рисков.
23. Договор как основание для оказания услуг потребителю. Расторжение договора. Ответственность сторон
24. Процедура оплаты услуги
25. Система показателей услуг: назначения, безопасности, надежности, социального назначения услуг, эстетические, информативности услуг, профессионализма персонала.
26. Основные характеристики качества: своевременность, скорость, комфортность, этика, эстетика, комплексность, информативность, достоверность, доступность, безопасность, экологичность и т.д. (по применению)
27. Контроль качества услуг. Система контроля качества. Методы контроля: цели применения, физико-статистические признаки и процедуры, формирование результатов.
- 36.

Нормативно-правовая база: ФЗ, Правила, система ГОСТов

28. Виды туров. Виды туристского сервиса: внутренний, въездной, выездной, самодеятельный туризм

29. Виды сервисной деятельности: услуги туроператора, услуги турагента, услуги при самодеятельном туризме, экскурсионные услуги, услуги предприятия питания.

30. Комплекс услуг. Дополнительные услуги

Тест 1

1. Какие три ключевых понятия используются при определении сервиса:

- а) опрос, профессионализм, качество
- б) услуга, спрос, специалист
- в) деятельность, потребность и услуга

2. Какие главные формы человеческой деятельности положены в основу классификации сервисной деятельности:

- а) исследовательская
- б) потребительская (пользовательская)
- в) ценностно-ориентационная

3. К основным услугам в гостиничном бизнесе не относится:

- а) бронирование номеров
- б) прием и размещение
- в) расчет при выезде

4. К направлению коммуникативной сервисной деятельности можно отнести:

- а) рекламные услуги
- б) организацию конференций, выставок, переговоров, общения в Интернете
- в) психодиагностику

5. Факторы, не влияющие на развитие сервисной деятельности:

- а) уровень развития экономики и хозяйственная система;
- б) мораль и культурные традиции, сложившиеся в данном обществе
- в) общественные структуры: политические партии

6. В чем заключается неосвязаемость услуги:

- а) процесс предоставления и потребления услуг протекает одновременно, и потребители являются непосредственными участниками этого процесса
- б) услуги не могут быть протестированы и оценены прежде, чем покупатель их оплатит
- в) они во многом зависят от квалификации работника, его индивидуально-личностных черт и настроения

7. Состояние человека, складывающееся на основе противоречия между имеющимся и необходимым (или тем, что кажется человеку необходимым) и побуждающее его к деятельности по устранению данного противоречия, это:

- а) спрос
- б) потребность
- в) мотивация

8. Отличительными особенностями услуг являются:

- а) неразрывность производства и потребления услуги
- б) несохраняемость услуг
- в) незабываемость услуг

9. Под методом или формой обслуживания следует понимать:

- а) определенный способ предоставления услуг заказчику
- б) предоставление информации клиенту
- в) оказание услуги клиенту

10. Сервисная деятельность – это:

- а) активность людей, вступающих в специфические взаимодействия по реализации общественных, групповых и индивидуальных услуг;

- б) управление предприятием сферы сервиса (например, автосервисом, банком)
- в) продукт труда, полезный эффект которого выступает в форме товара

11. Услуга обладает следующими качествами:

- а) способность к хранению и транспортировке
- б) неотделимость от своего источника
- в) неизменностью качества

12. К некоммерческим услугам относят:

- а) услуги предприятий туризма и отдыха
- б) услуги организаций общественного питания
- в) услуги благотворительных фондов

13. Целью сервисной деятельности является:

- а) удовлетворение человеческих потребностей
- б) исследование рынка услуг;
- в) производство услуг.

14. Контактной зоной не является:

- а) зона ремонта бытовой техники
- б) рабочее место парикмахера
- в) рабочее место стоматолога

15. Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:

- а) бесконтактным
- б) формальным
- в) бесплатным

16. Физические потребности это потребности:

- а) в общественной деятельности
- б) во сне
- в) в творческой деятельности

17. Методы удовлетворения сферой сервиса человеческих потребностей:

- а) бесконтактное обслуживание
- б) фирменное обслуживание
- в) неформальное обслуживание.

18. Процесс принятия решения потребителем состоит из следующих стадий:

- а) поиск информации, осознание проблемы, оценка вариантов, решение о покупке. б) осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку.
- в) реакция на покупку, поиск информации, осознание проблемы, решение о покупке, реакция на покупку.

19. В практической психологии выделяют четыре межличностных расстояния. Интимное расстояние - общение близких или хорошо знакомых людей

- а) 0 – 45см;
- б) 45 – 120 см
- в) 120 – 400 см

20. Франчайзинг это:

- а) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества продукции, первоначальный взнос и процент от валовой прибыли.;
- б) компания-владелец известной торговой марки разрешает другой компании ставить эту торговую марку на свою продукцию, но при этом получает право контроля качества;
- в) компания-владелец известной торговой марки продает торговую марку другой компании.

21. Внешние факторы, влияющие на покупательское поведение:

- а) социальный статус
- б) выгода
- в) мотив

22. Характеристика услуг:

- а) неопределенность качества
- б) могут накапливаться
- в) передача собственности

23. Характеристика товаров:

- а) неоднородность
- б) индивидуальность
- в) осязаемость

24. Разработка новых товаров и услуг: сходства и различия. Основные сходства:

- а) разрабатываются для того, чтобы обеспечить решение проблем покупателя, удовлетворение или выгоду;
- б) соответствие техническим условиям и стандартам;
- в) требует многих ресурсов, таких как сырье, полуфабрикаты, рабочая сила и энергия

Тест 2**1. Загрузка гостиницы зависит от:**

- а) сезона
- б) экономической ситуации в стране
- в) политической ситуации в стране
- г) все варианты ответов

2. К предприятиям специализированного обслуживания туристов относятся:

- а) гостиницы
- б) министерства
- в) предприятия торговли
- г) представительства

3. Платные гостиничные услуги:

- а) Побудка
- б) Заказ билетов в театр
- в) Предоставление комплекта посуды в номер
- г) Услуги прачечной

4. Что НЕ входит в состав турпродукта?

- а) страхование
- б) ваучер
- в) перевозка
- г) питание

5. Что входит в перечень первичных услуг туристского предприятия?

- а) услуги бизнес-центра
- б) проживание и питание
- в) вспомогательные услуги
- г) услуги питания

6. Какой из критериев относится к показателям качества?

- а) наличие стоянок
- б) месторасположения
- в) перевозки
- г) наличие сертификата

7. При задержке выезда из гостиницы более чем на 12 часов оплата взимается:

- а) за сутки
- б) за половину суток
- в) по договоренности
- г) почасовая

8. Корпоративный тариф – это:

- а) фиксированная цена
- б) цена за стойкой

- в) стандартная цена
- г) контрактная цена

9. Гарантированное бронирование:

- а) предварительный заказ мест и номеров в гостинице
- б) подтверждение о будущем предоставлении мест в гостинице одновременно двум гостям на одну и ту же дату
- в) бронирование со специальным подтверждением отеля о том, что он гарантирует клиенту получение им заказанного номера
- г) поселение «от стойки»

10. Основные функции службы приема и размещения:

- А) регистрация и размещение гостей
- В) поддержка необходимого санитарного состояния номеров
- С) контроль технического оборудования
- Д) обеспечение туристов физкультурно-оздоровительными услугами

11. Какая гостиничная служба ведет учет занятости и использования номерного фонда гостиницы?

- а) инженерная служба
- б) служба приема и размещения
- в) вспомогательная служба
- г) административная служба

12. В административную службу входит:

- а) отдел бронирования
- б) поэтажная служба
- в) главный инженер
- г) отдел кадров

13. Цена за номер или место в гостинице НЕ зависит от:

- а) сезона
- б) дня недели
- в) % занятости номеров
- г) погодных условий

14. От чего зависит стоимость и номенклатура дополнительных услуг в гостинице?

- а) расположения отеля
- б) «звездности» отеля
- в) квалифицированности персонала

15. Завтрак включает: кофе, чай или горячий шоколад, сахар, сливки (молоко), лимон, два вида повидла, джема или мед, выбор хлебобулочных изделий, масло. По воскресеньям дополняется холодным яйцом – это:

- а) расширенный завтрак
- б) континентальный завтрак
- в) английский завтрак

16. Гости из карты-меню блюд и напитков выбирают то, что им больше всего нравится. Заказ передается на кухню и сразу же начинается приготовление и сервировка заказанных блюд и напитков. При таком обслуживании гость имеет возможность получить от официанта совет, а официант со своей стороны активно участвует в выборе блюд и напитков. Что это за вид обслуживания?

- а) apart
- б) tabled'hote
- в) a la carte

17. Пища готовится и раскладывается по тарелкам непосредственно на кухне. Официанты разносят и расставляют тарелки гостям. Этот вид пользуется популярностью благодаря простоте и оперативности:

- а) русский
- б) немецкий

в) американский

18. Служба по предоставлению питания в номер:

а) Room – service

б) ресторанный сервис

в) служба приема и размещения (завтрак в номер)

19. Полный пансион – это:

а) двухразовое питание

б) только завтрак

в) трехразовое питание

20. Бесплатной услугой в гостинице является:

а) бассейн

б) бесплатных услуг нет

в) побудка

Инструкция к выполнению работы

На подготовку ответа отводится 1 ч.

Во время подготовки можно пользоваться

- правовыми нормами и локальными актами
- электронными ресурсами

1. http://hotel.web-3.ru/intarticles/?act=full&id_article=7830
2. <http://h-code.ru/2009/11/mobile-marketing-in-hotel-business/>
3. <http://www.catalog.horeca.ru/newspaper/business/249/>
4. <http://prohotel.ru/>

Критерии оценивания для текущего контроля

Форма контроля	Критерии оценивания	Показатели оценивания
Самостоятельная практическая работа	Полнота, последовательность и логичность ответа	5
		Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи
		4
		Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи
		3
		Допускаются нарушения в последовательности изложения. Имеются упоминания об отдельных базовых нормативно-правовых актах. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи

Критерии оценивания для промежуточной аттестации

Результаты оцениваются следующим образом:

- «отлично» - > 85 % правильных ответов
- «хорошо» - 69-85 % правильных ответов
- «удовлетворительно» - 50-69 % правильных ответов
- «неудовлетворительно» - < 50 % правильных ответов

3. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНЫЕ ИСТОЧНИКИ

Основные печатные и электронные источники:

1. Бражников, М. А. Сервисология: учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 144 с. – ISBN 978-5-534-13343-1. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476975>
2. Жираткова, Ж. В. Основы экскурсионной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ж. В. Жираткова, Т. В. Рассохина, Х. Ф. Очилова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 189 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-13031-7. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/476413>
3. Игнатьева, И. Ф. Организация туристской деятельности: учебник для вузов / И. Ф. Игнатьева. – 2-е изд., перераб. И доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 392 с. – ISBN 978-5-534-13873-3. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/470587>

Дополнительные источники

1. Рамендик, Д. М. Психодиагностика в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик, О. В. Одинцова. – 2-е изд., перераб. И доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 212 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-10855-2. – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/475383>

Интернет-ресурсы:

1. http://hotel.web-3.ru/intarticles/?act=full&id_article=7830
2. <http://h-code.ru/2009/11/mobile-marketing-in-hotel-business>
3. <http://www.catalog.horeca.ru/newspaper/business/249/>
4. <http://prohotel.ru/>