

**ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ АВТОНОМНАЯ
НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»**



УТВЕРЖДАЮ
Директор ПО АНО «ПКЭИП»
Л.Д. Джавадова
«28» июня 2024 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПМ.01 Предоставление турагентских услуг

для специальности

43.02.10 «Туризм»

Форма обучения – заочная

Дербент 2024

Фонд оценочных средств дисциплины разработана на основе Федеральных государственных образовательных стандартов (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования 43.02.10 «Туризм»

Организация-разработчик: Профессиональная образовательная автономная некоммерческая организация «Педагогический колледж экономики и права» (ПО АНО ПКЭИП).

Разработчики:

Ст. преподаватель Б.Х. Мамедов
Ст. преподаватель С.Д. Абдуллаев
(занимаемая должность) (степ., инициалы, фамилия)

Одобрено на заседании ПЦК
Естественнонаучных и социально-экономических дисциплин
« 26 » 06 202г., протокол № 6

Председатель ПЦК Г.Ю. Казимов
(степ., инициалы, фамилия)

Эксперты от организации:

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю)	5
1.1. Результаты освоения дисциплины.....	5
1.2. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине	7
1.3. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	7
1.4. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля, обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	30
2.1.Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)	30
2.2.Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося	30
2.3.Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося.....	32
ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ.....	35

РАЗДЕЛ 1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю)

1.1. Результаты освоения дисциплины

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися формируются компетенции и осваиваются соответствующие им умения и знания:

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 (турпутевки, ваучеры, страховые полисы)
ПК 1.6.	Выполнять работу по оказанию визовой поддержки потребителю
ПК 1.7.	Оформлять документы строгой отчетности

1.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

Формой промежуточной аттестации по профессиональному модулю является *экзамен по модулю*, который проводится в *устной* форме.

Формой промежуточной аттестации по дисциплине по учебной дисциплине МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта является **дифференцированный зачет**, который проводится в *устной* форме.

Формой промежуточной аттестации по дисциплине по учебной дисциплине МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности является **дифференцированный зачет**, который проводится в *устной* форме.

1.2. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Коды контролируемой компетенции: ПК-1.1, ПК 1.2., ПК 1.3., ПК 1.4, ПК 1.5., ПК 1.6.

1. МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта

Теоретический блок вопросов:

1. Туристский продукт как комплекс товаров и услуг, потребляемых туристом.
2. Уровни турпродукта.
3. Структура национального туристского продукта.
4. Факторы, влияющие на качество турпродукта.
5. Соотношение факторов внешней и внутренней среды в туризме, влияющих на качество турпродукта.
6. Услуги туроператоров и турагентов, их общие и отличительные черты.
7. Транспортные услуги в составе турпродукта.
8. Услуги размещения как одна из составляющих турпродукта.
9. Виды предприятий, предоставляющих услуги размещения.
10. Перечислите основные услуги туристского профиля, входящие в состав турпродукта.

11. Назовите основные виды туристских транспортных средств и опишите плюсы и минусы каждого из них.
 12. Понятие продвижения туристского продукта.
 13. Система продвижения туристского продукта.
 14. Пробуждение интересов потенциальных клиентов. Привлечение и удержание клиентов.
 15. Средства и методы привлечения и удержания клиентов.
 16. Нормативно-правовые документы, необходимые для продажи турпродукта.
 17. Внутренние документы (документы турфирмы).
 18. Документы для туриста.
 19. Особенности рекламы в туризме.
 20. Рекламные средства для продвижения турпродукта.
 21. Офисная технология - как основа технологии продаж. Контактная зона
 22. Личные продажи как средство продвижения туристского продукта. Профессиональные компетенции.
- Клиентоориентированности**
23. Основные требования к офису турфирмы и персоналу.
 24. Формирование собственных контингентов потребителей туристских услуг.
 25. Понятие выставки и ярмарки.
 26. Классификация выставочных мероприятий.
 27. Виды туристских выставок.
 28. Организации участия туристской фирмы в работе выставки.
 29. Понятие «связи с общественностью (publicrelations)» в туризме.
 30. PR мероприятия в туризме.
 31. Основные PR-мероприятия в туризме.

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине МДК.01.02 Технология и организация турагентской деятельности

1. Структура индустрии туризма.
2. Турагенты и туроператоры: общие и специфические черты.
3. Турагент: понятие, основные задачи, формы.
4. Организационно-правовые формы создания турфирмы.
5. Основные документы туристской фирмы.
6. Основные этапы создания туристского агентства. Порядок регистрации турфирмы.
7. Порядок ликвидации, реорганизации, банкротства турфирмы.
8. Сегментирование рынка.
9. Факторы, влияющие на поведение потребителей.
10. Типы потребителей.
11. Классы обслуживания.
12. Реклама как средство продвижения туристского продукта.
13. Офисная технология - как основа технологии продаж Личные продажи.
14. Туристские выставки и ярмарки.
15. Интернет - технология в продвижении туристского продукта.
16. PR-компании.
17. Работа с туристом после завершения путешествия.
18. Создание постоянной клиентской базы.
19. Российские национальные организации в сфере туризма.

1.1. Оценочные материалы для проведения текущей аттестации и рубежного контроля,

обучающихся по дисциплине (модулю)

МДК.01.01 Технология продаж и продвижения турпродукта

Форма рубежного контроля – решение практических задач, тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Коды контролируемой компетенции: ПК-1.1, ПК 1.2., ПК 1.3., ПК 1.4, ПК 1.5., ПК 1.6.

Тестирование

1 Источники, информация, из которых добывается фирмой при проведении собственных рыночных исследований

- Косвенные
- Вторичные
- Первичные

2 Источники, содержащие рыночную информацию, ранее собранную другими исследователями

- Вторичные
- Публичные
- Информационные

3 Что означает термин "маркетинг"?

- Управление
- Экономическая категория
- Рыночная деятельность, работа с рынком
- Планирование
- Воспроизводство

4 Что относится к первичным источникам информации?

- Каталог
- Статистический ежегодник
- Анкета
- Энциклопедия

5 Что относится к вторичным источникам информации?

- Каталог
- Статистический ежегодник
- Анкета
- Энциклопедия

6 Поиск, накопление и анализ любой информации о рыночных явлениях

- Рыночная деятельность
- Проведение опроса
- Маркетинговые исследования

7 Исследования, предполагающие проведение опросов, основанных на использовании структурированных вопросов закрытого типа с несколькими предложенными вариантами ответа

- Качественные исследования
- Экспериментальные исследования
- Качественные исследования

8 Исследования, включающие сбор, анализ и интерпретацию данных путём наблюдения за тем, что люди делают и говорят

- Качественные исследования
- Качественные исследования

- Методологические исследования

9 Минимально возможная цена турпродукта определяется:

- Качеством турпродукта
- Себестоимостью турпродукта
- Новизной турпродукта

10 Максимально возможная цена турпродукта определяется:

- Полезностью турпродукта
- Степенью конкуренции продукта
- Наличием у турпродукта уникальных достоинств

11 Любая форма сообщений, используемых предприятием для информации, убеждения или напоминания людям о своих товарах, услугах, идеях или о самом предприятии

- Продвижение
- Маркетинговое исследование
- Стратегическое решение

12 Неличное и неоплачиваемое стимулирование спроса на товар, услугу или идею посредством распространения о них коммерчески важных сведений, популяризация их любым законным путём

- Прайс-релиз
- Реклама
- Опрос
- Паблик-рилейшнз

13 Любая оплачиваемая форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг, прежде всего через СМИ от имени известного инициатора

- Реклама
- Личная продажа
- Паблик-рилейшнз
- Прайс-лист

14 Устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью совершения продажи или получения согласия на покупку

- Стимулирование спроса
- Пропаганда
- Реклама
- Личная продажа

15 Кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара, а также различные неповторяющиеся действия, которые не входят в стандартные процедуры продвижения

- Пропаганда
- Стимулирование сбыта
- Реклама
- Паблик-рилейшнз

16 Проведение комплексных рекламных мероприятий, связанных в определённой последовательности, способствующих повышению интереса к товару и имеющих целью прочное внедрение товара на рынок

- Туристская пропаганда
- Маркетинговые исследования
- Рекламная компания

17 Работа по связи с общественностью

- Паблик-рилейшнз
- Рекламная компания
- Продвижение товара

18 Выберите цель рекламы

- Получение информации
- Сбыт услуг
- Формирование ситуации успеха фирмы

19 Выберите цель туристской пропаганды

- Сбыт услуг
- Выход на новый рынок
- Решение нестандартных задач и устранение противоречий

20 Выберите самый дорогостоящий вид продвижения

- Реклама
- Личная продажа
- Паблик-рилейшнз
- Стимулирование сбыта

21 Документ в котором изложены функции, обязанности, ответственность и права персонала

- Памятка туриста
- Приказ о приёме на работу
- Должностная инструкция
- Квалификационная характеристика

22 Совокупность приёмов осуществления всех основных операций, связанных с непосредственной реализацией турпродукта потребителям

- Метод продаж
- Формирование туруслуг
- Предложение туров

23 Показ, основная цель которого состоит в просвещении публики, путём демонстрации средств, имеющихся в распоряжении человечества, удовлетворения потребностей в одной или нескольких областях его деятельности или будущих его перспектив- это

- Выставка
- Конгресс
- Ярмарка
- Семинар

24 Экономическая выставка образцов, которая, в соответствии с обычаями той страны, на территории которой она находится, представляет собой крупный рынок товаров, действующий в установленные сроки в течение ограниченного периода времени в одном и том же месте и на которой экспонентам разрешается представлять образцы своей продукции для заключения торговых сделок в национальных или международных масштабах- это

- Бюро продаж
- Конгресс
- Выставка
- Ярмарка

25 С помощью чего осуществляется личный контакт?

- Переговоров по телефону
- Рекламных проспектов
- Рассылки почтовых отправлений

26 В каких вариантах возможен косвенный контакт?

- Выступление на телевидении
- Общение через агентов
- Путём рассылки почтовых отправлений

27 Чем характеризуется контакт через агента?

- Уровнем профессионализма работников турфирмы
- Возможностью формирования туруслуг по желанию клиента
- Предоставлением бесплатного путешествия при наборе группы туристов

28 Комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта - это

- Маркетинговое исследование
- Продвижение турпродукта
- Информационное обеспечение турпродукта

29 Назовите направление продвижения турпродукта

- Маркетинг
- Рекламная компания
- Анкета
- Контракт через агентов

30 Краткосрочные поощрительные меры, способствующие продаже или сбыту- это

- Стимулирование сбыта
- Реклама
- Личные продажи

31 Формирование благоприятного имиджа туристской компании путём создания хороших отношений с различными государственными и общественными структурами- это

- Рекламная кампания
- Персональные продажи
- Связь с общественностью
- Стимулирование сбыта

32 Устные презентации товаров - это

- Стимулирование сбыта
- Персональные продажи
- Связь с общественностью

33 Продвижение - это

- Информирование, убеждение или напоминание потребителю о товаре
- Транспортировка товара
- Продажа товара в условиях конкуренции

34 Канал сбыта - это

- Движение товара от производителя к потребителю
- Водный путь перевозки канала
- Все торговые посредники, через которых проходит товар
- Связи предприятия со своими покупателями

35 Туристский продукт - это

- Право на тур, предназначенное для реализации туристу
- Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания и средств развлечения, объектов познавательного, делового,

оздоровительного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, представляющих экскурсионные услуги и услуги гидов – переводчиков

- Комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия

36 Туристский ваучер - это

- Документ, подтверждающий факт передачи туристского продукта
- Документ, устанавливающий право туриста на услуги, входящие в состав тура, и подтверждающий факт их оказания
- Право на тур, предназначеннное для реализации туристу

37 Памятка для туриста должна содержать информацию о

- Программе тура
- Условиях питания
- Таможенных правилах

38 Инклюзив-тур- это

- Комплексная услуга, включающая в себя весь пакет туристических услуг
- Набор отдельных туристических услуг
- Тур, включающий в себя только питание и размещение

39 Основной целью рекламы является:

- Создание спроса на товар или услугу
- Информирование о товаре
- Стимулирование сбыта
- Доведение информации о месте продажи товара

40 К основным функциям рекламы относят:

- Информативная
- Контрольная
- Стимулирующая
- Коммерческая

41 К личным коммуникациям относят:

- Работа официанта в ресторане
- Интервью с директором ресторана, показанное по телевидению
- Газетная статья о ресторане
- Реклама ресторана в интернете

42 Одним из основных качеств менеджера турагентства является

- Тактичность
- Авантуризм
- Повышенная эмоциональность

43 В каком случае не следует прибегать к услугам телефона?

- Если вы хотите поблагодарить за подарок или услугу
- Если вы хотите договориться о встрече
- Если вы хотите узнать личные данные клиента

44 Основной Федеральный закон, регламентирующий туристскую деятельность

- "Об основах туристской деятельности"
- "Предоставление туристских услуг"

- "Обеспечение туристской деятельности"

45 Договор взаимных остоятельств между производителем и реализатором (продавцом), производящим работу по продвижению и продаже турпродукта на условиях агентского вознаграждения- это

- Лицензионное соглашение
- Туристский ваучер
- Агентское соглашение

46 Система отношений по организации и использования в предпринимательской деятельности объектов исключительного права - это

- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Ритейлинг

47 Коммерческая деятельность, имеющая целью получение прибыли и основания на комплексной автоматизации коммерческого цикла за счёт использования компьютерных сетей - это

- Интернет-магазин
- Франшиза
- Электронная коммерция

48 Из перечисленного выберите глобальную систему бронирования

- ADS
- Worldspan
- Worldsky
- Hilton

49 Можете ли вы зарезервировать тур в системе Amadeus?

- Да
- Нет

50 Комбинация двух или более элементов, продаваемых как единый продукт по заранее определённой цене, в которой не выделяется стоимость каждой отдельной позиции - это

- Туристский пакет
- Туристский ваучер
- Туристская услуга

51 Временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или другую местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха, оздоровительных и лечебных, гостевых, познавательных, религиозных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой из источника в посещаемом месте

- Путешествие
- Туризм
- Экскурсия

52 Выберите что относится к туризму

- Посещение другой страны с целью трудовой деятельности
- Проживание в пансионате 1,5 года
- Проживание в таймшере

53 Передвижение по какой-либо территории или акватории с целью их изучения, а также с общеобразовательными, познавательными, спортивными и другими целями- это

- Туризм

- Путешествие
- Экскурсия

54 Оздоровительный, познавательный, спортивный - это

- Экскурсионный туризм
- Рекреационный туризм

55 Исследование искусственных подземных сооружений в познавательных целях- это

- Рафтинг
- Деловой туризм
- Диггерство

56 Туризм выездной и въездной - это

- Социальный туризм
- Международный туризм
- Въездной туризм

57 Выберите коллективные средства размещения гостиничного типа:

- Мотель
- Ротель
- Профилакторий

58 Гостиница- это

- Помещение, предназначенное для временного проживания
- Предприятие, предназначенное для временного проживания
- Предприятие , предназначенное для временного проживания с числом номеров более 10

59 Источники, содержащие информацию, собранную ранее другими исследователями- это

- Первичные
- Вторичные
- Маркетинговые

60 К каким источникам рыночной информации относится анкета?

- К вторичным
- К совокупным
- К первичным

61 Проверки, проводимые в условиях, приближённым к естественным - это

- Эксперименты
- Опросы
- Наблюдения

62 В какой стране находится Тадж-Махал?

- Китай
- Индия
- Германия
- Италия

63 В каком государстве построен дворец Версаль?

- Испания
- Франция
- Великобритания
- Нидерланды

64 Выберите, кого из нижеперечисленных можно назвать туристом:

- Человек, совершающий поездки из села в город на работу
- Человек, отдыхающий за рубежом
- Человек, поехавший по Чуйскому тракту из села в город на место учёбы

65 Выберите, что относится к туризму

- Посещение памятников природы
- Пребывание в другой стране в течение 15 месяцев
- Поездка за рубеж с целью заработка

МДК 01.02. Технология и организация турагентской деятельности

Форма рубежного контроля – решение практических задач, тестирование

Вопросы/задания рубежного контроля

Коды контролируемой компетенции: ПК-1.1, ПК 1.2., ПК 1.3., ПК 1.4, ПК 1.5., ПК 1.6.

1. Назовите основные виды страхования:

- а) обязательное и необязательное;
- б) групповое или индивидуальное;
- в) групповое и личное
- г) обязательное или добровольное

2. Туристские формальности включают:

- а) оформление виз;
- б) приобретение авиабилетов
- в) постановку прививок, необходимых для посещения зарубежных стран
- г) соблюдение таможенных правил

3. Перечислите основные виды виз по срокам действия:

- а) мультивиза, временная виза, двукратная виза
- б) шенгенская виза
- в) мультивиза, однократная виза

4. Дайте определение паспортно-визовым формальностям:

- а) процедуры, связанные с необходимостью соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, установленного паспортно-визового режима
- б) процедуры, связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, правил и условий ввоза и вывоза вещей, товаров и валютных средств

5. На какие типы делятся Шенгенские визы?

- а) Виза типа А, С
- б) Виза типа А, В, С, D
- в) Виза типа А, В, С

6. Перечислите основные виды паспортов

- а) дипломатические, служебные, консульские
- б) паспорт пребывания за границей, служебный паспорт, паспорт моряка
- в) паспорт моряка, паспорт семейный, паспорт временный
- г) дипломатические, паспорт моряка, консульские

7. Под санитарными (медицинскими) формальностями понимаются процедуры:

- а) связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, установленного паспортно-визового режима

- б) связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу, и их животными (если таковые имеются) установленных требований о вакцинации (прививках)
- в) связанные с проверкой соблюдения лицами, пересекающими государственную границу при провозе животных и растений

8. Визовый режим - это:

- а) ущемляющие права потребителя режимы, по сравнению с условиями, установленными федеральными законами
- б) нормативно-правовые акты РФ, регулирующими отношения в области защиты прав потребителей
- в) условия (правила) получения визы и особый порядок пересечения государственной границы, установленный государством, как в одностороннем порядке, так и на основании договоренностей между государствами.
- г) режим предоставления государством иностранным туристам временного пребывания на территории другой страны

9. Страховыми рисками являются следующие предполагаемые события:

- а) хроническое заболевание; резкое изменение погодных условий
- б) экстренные услуги, внезапное заболевание
- в) внезапное заболевание, несчастный случай, экстренные услуги
- г) несчастный случай, экстренные услуги

10. Виза - это:

- а) специальное разрешение иностранного правительства на въезд и транзитный проезд через его территорию
- б) специальное разрешение иностранного правительства на въезд-выезд, проживание или транзитный проезд через его территорию
- в) специальное разрешение иностранного правительства на проживание или транзитный проезд через его территорию

11. Перечислите безвизовые страны для россиян:

- а) Аргентина
- б) Великобритания
- в) Ямайка
- г) США

12. Виды виз по целям въезда делятся на:

- а) шенгенские, туристические, деловые
- б) национальные, многократные, мультивизы
- в) туристические, гостевые, транзитные, деловые, национальные
- г) гостевые, транзитные, туристические, мультивизы

13. Под страховым случаем понимается:

- а) совершившееся событие, непредусмотренное договором, с наступлением которого не возникает обязанность страховщика произвести выплату страхового обеспечения
- б) совершившееся событие, предусмотренное договором, с наступлением которого возникает обязанность страховщика произвести выплату страхового обеспечения по одному или нескольким страховым случаям, произошедшим в период действия договора страхования
- в) совершившееся событие, непредусмотренное договором, с наступлением которого возникает обязанность страховщика произвести выплату страхового обеспечения по одному или нескольким страховым случаям, произошедшим в период действия договора страхования
- г) совершившееся событие, предусмотренное договором, с наступлением которого не возникает обязанность страховщика произвести выплату страхового обеспечения

14. Какая из нижеперечисленных функций относится к основным обязанностям турагента?

- а) договорная
- б) калькулятивная
- в) реализационная
- г) маркетинговая

15. Что из нижеперечисленного НЕ входит в понятие туристские ресурсы страны:

- а) удачное экономико-географическое положение
- б) достопримечательности и памятники культуры
- в) недра и полезные ископаемые
- г) природные и климатические условия

16. По своему положению турагентства делятся:

- а) на крупные и мелкие
- б) на независимые (самостоятельные) и дочерние
- в) на внешние и внутренние
- г) на инициативные и рецептивные

17. Как называется тип авиарейсов, предусматривающих пересадку туристов с одного самолета на другой:

- а) прямые
- б) регулярные
- в) чартерные
- г) стыковочные
- д) непрямой

18. Термин DUPLEX в международной терминологии означает:

- а) номер повышенной комфортности
- б) двухуровневый номер
- в) двухкомнатный номер
- г) номер с оборудованным кухонным блоком

19. Каким законом определены права и обязанности туриста:

- а) Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в РФ».
- б) Конституцией РФ;
- в) Местным законом «Об основах туристской деятельности РФ»

20. Перечислите основные типы визовых режимов:

- а) «страны с безвизовым режимом», «усложненный визовый режим», «страны шенгенской зоны» и «сложные страны»
- б) «страны с безвизовым режимом», «упрощенный визовый режим», «страны шенгенской зоны» и «легкие страны»;
- в) «страны с безвизовым режимом», «упрощенный визовый режим», «страны шенгенской зоны» и «сложные страны».

РАЗДЕЛ 2. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1.1. Организационные основы применения балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся по дисциплине

Оценка качества освоения обучающимися дисциплины реализуется в формате балльно-рейтинговой системы оценки успеваемости обучающихся (БРСО).

БРСО в ходе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации осуществляется по 100-балльной шкале.

Академический рейтинг обучающегося по дисциплине складывается из результатов:

- текущего контроля успеваемости (максимальный текущий рейтинг обучающегося 80 рейтинговых баллов);
- промежуточной аттестации (максимальный рубежный рейтинг обучающегося 20 рейтинговых баллов).

Условия оценки освоения обучающимся дисциплины в формате БРСО доводятся преподавателем до сведения обучающихся на первом учебном занятии, а также размещены в свободном доступе в электронной информационно-образовательной среде Колледжа.

1.2. Проведение текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

В течение учебного семестра до промежуточной аттестации на основании утвержденной рабочей программы дисциплины формируется текущий рейтинг обучающегося.

Текущий рейтинг обучающегося складывается как сумма рейтинговых баллов, полученных им в течение учебного семестра по всем видам учебных занятий по дисциплине

В процессе текущего контроля оцениваются следующие действия обучающегося, направленные на освоение компетенций в рамках изучения учебной дисциплины:

- академическая активность (посещаемость учебных занятий, самостоятельное изучение содержания учебной дисциплины в электронной информационно-образовательной среде, соблюдение сроков сдачи практических заданий и текущих контрольных мероприятий и др.);
- выполнение и сдача текущих и итогового практических заданий (эссе, рефераты, творческие задания, кейс-задания, лабораторные работы, расчетные задания и др., активное участие в групповых интерактивных занятиях, защита проектов и др.);
- прохождение рубежей текущего контроля, включая соблюдение графика их прохождения в электронной информационно-образовательной среде.

Критерии оценки теста:

«Зачтено» - если обучающийся правильно выполнил не менее 2/3 всей работы или допустил не более одной грубой ошибки и двух недочетов, не более одной грубой и одной негрубой ошибки, не более трех негрубых ошибок, одной негрубой ошибки и трех недочетов, при наличии четырех-пяти недочетов.

«Не зачтено» - если число ошибок и недочетов превысило норму для оценки 3 или правильно выполнено менее 2/3 всей работы.

Критерии оценки доклада

При выполнении доклада обучающийся должен продемонстрировать умение кратко излагать прочитанный материал, а также умение обобщать и анализировать материал по теме доклада.

Максимальная оценка за доклад: 8 баллов.

Основными критериями оценки доклада являются:

- актуальность выбранной темы и излагаемого материала – 2 балла;
- содержательность – 2 балла;
- структура и оформление доклада – 1 балл;
- четкость и выразительность выступления – 1 балл;
- умение пользоваться конспектом – 1 балл;
- точность и полнота ответов на вопросы – 1 балл.

Критерии оценки презентации

1. Объем презентации 20 -50 слайдов (1 балл).
2. Правильность оформления титульного слайда (0,5 балла);
3. Актуальность отобранного материала, обоснованность формулировки цели и задач работы (0,5 балла);
4. Наглядность и логичность презентации, обоснованность использования таблиц, диаграмм, рисунков, фотографий, карт, видео – вставок, звукового сопровождения; правильный выбор шрифтов, фона, других элементов дизайна слайда (2 балла).
5. Объем и качество источников информации (не менее 2-х интернет – источников и не менее 2-х литературных источников).

Критерии оценки реферата

Обучающийся, защищающий реферат, должен рассказать о его актуальности, поставленных целях и задачах, изученной литературе, структуре основной части, сделанных в ходе работы выводах.

По окончанию выступления ему может быть задано несколько вопросов по представленной проблеме.

Оценка складывается из соблюдения требований к реферату, грамотного раскрытия темы, умения четко рассказывать о представленном реферате, способности понять суть задаваемых по работе вопросов и найти точные ответы на них.

Реферат, в котором полностью освещена тема и который оформлен согласно требованиям, оценивается до 15 баллов.

Для планирования расчета текущего рейтинга обучающегося используются следующие пропорции:

Вид учебного действия	Максимальная рейтинговая оценка, баллов
академическая активность	10
практические задания	40
из них: текущие практические задания	20
итоговое практическое задание	20
рубежи текущего контроля	30
ИТОГО:	80

В течение учебного семестра по дисциплине обучающимся должен быть накоплен текущий рейтинг не менее 52 рейтинговых баллов (65% от максимального значения текущего рейтинга).

Необходимыми условиями допуска обучающегося к промежуточной аттестации по дисциплине являются положительное прохождение обучающимся не менее 65% рубежей текущего контроля с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла за каждый

рубеж текущего контроля и положительное выполнение итогового практического задания с накоплением не менее 65% максимального рейтингового балла, установленного за итоговое практическое задание.

Невыполнение вышеуказанных условий является текущей академической задолженностью, которая должна быть ликвидирована обучающимся до контрольного мероприятия промежуточной аттестации.

Сведения о наличии у обучающихся текущей академической задолженности, сроках и порядке добра рейтинговых баллов для её ликвидации доводятся до обучающихся педагогическим работником.

В случае неликвидации текущей академической задолженности, педагогический работник обязан во время контрольного мероприятия промежуточной аттестации поставить обучающемуся 0 рейтинговых баллов. В этом случае ликвидация текущей академической задолженности возможна в периоды проведения повторной промежуточной аттестации.

1.3. Проведение промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине в соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки успеваемости обучающегося

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по основным профессиональным образовательным программам СПО в Колледже и Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным профессиональным образовательным программам СПО в АНО ПО ПКЭИП в действующей редакции.

На промежуточную аттестацию отводится 20 рейтинговых баллов.

Ответы обучающегося на контрольном мероприятии промежуточной аттестации оцениваются педагогическим работником по 20 - балльной шкале, а итоговая оценка по дисциплине выставляется по пятибалльной системе для дифференцированного зачета.

Критерии выставления оценки определяются Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам СПО в АНО ПО ПКЭИП.

В процессе определения рубежного рейтинга обучающегося используется следующая шкала:

Рубежный рейтинг	Критерии оценки освоения обучающимся учебной дисциплины в ходе контрольных мероприятий промежуточной аттестации
19-20 рейтинговых баллов	обучающийся глубоко иочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, тесно увязывает с задачами и будущей деятельностью, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок
16-18 рейтинговых баллов	обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий
13-15 рейтинговых баллов	обучающийся освоил основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий

1-12 рейтинговых баллов	обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания
0 рейтинговых баллов	не аттестован

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа	Дата введения изменения
1.	Утверждена и введена в действие решением на основании Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.10 Туризм ФГОС СПО от 12.12.2022 № 1100	Протокол заседания ПЦК № 06 от «28» 06-2024 года	
2.			
3.			
4			

