

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Естественно-географический факультет
Кафедра социально-экономической географии и регионоведения

«Утверждаю»
Заведующий кафедрой
доц. Бурла М.П.



Протокол № 1 от 8.09.2023 г.

Фонд оценочных средств
по учебной дисциплине
Б1.О.ДВ.03.02 «Проектирование гастрономических туров»

Направление подготовки:
43.04.02 ТУРИЗМ

Профиль подготовки:
«Технология и организация туристско-экскурсионных услуг»

Квалификация
магистр

Форма обучения:
очная

ГОД НАБОРА 2023



Разработал:
Кривенко А.В., к.г.н., доцент

Тирасполь 2023

**Паспорт фонда оценочных средств по учебной дисциплине
«Проектирование гастрономических туров»**

1. В результате изучения дисциплины «Проектирование гастрономических туров» для направления подготовки 43.04.02 Туризм по профилю «Технология и организация туристско-экскурсионных услуг» у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

| Категория (группа) компетенций | Код и наименование | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|--|--|
| Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения <i>Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения</i> | | |
| Межкультурное взаимодействие | УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия | ИД УК.5.1. Соблюдает требования уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия на основе знаний основных этапов развития России в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИД УК.5.2. Умеет выстраивать взаимодействие с учетом национальных и социокультурных особенностей |
| <i>Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения</i> | | |
| Маркетинг | ОПК-4. Способен разрабатывать и внедрять маркетинговые стратегии и программы в сфере туризма | ИД ОПК-4.1. Умеет применять технологии маркетинговых исследований рынка в сфере сервиса ИД ОПК-4.2. Формулирует основные направления работ по разработке маркетинговых стратегий и программ предприятий в сфере сервиса ИД ОПК-4.3. Понимает технологии внедрения маркетинговых стратегий и программ организаций, в том числе с использованием возможностей сети Интернет |
| Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения | | |
| Не предусмотрены | | |

2. Программа оценивания контролируемой компетенции:

| Текущая аттестация | Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины и их наименование | Код контролируемой компетенции | Наименование оценочного средства |
|--------------------|---|--------------------------------|---|
| № 1 | Этапы и стратегии проектирования гастрономического тура. Определение целевой аудитории и разработка уникального предложения. Планирование маршрута, программы и дополнительных активностей. Расчет бюджета и ценообразование гастрономического тура. | УК-5, ОПК-4 | Тесты №1 Контрольная работа №1: Реферат |
| № 2 | Проектирование гастрономических туров | УК-5, ОПК-4 | Тесты №2 |

| | | | |
|--------------------------|--|--------------------------------|--|
| | в Приднестровье и Молдове Анализ гастрономического потенциала Приднестровья и Молдовы. Особенности разработки туров, ориентированных на местную кухню. Использование локальных продуктов и традиций в турпродукте | | Контрольная работа №2 |
| Промежуточная аттестация | | Код контролируемой компетенции | Наименование контрольно-измерительного материала |
| | № 1 | УК-5, ОПК-4 | КИМ №1 Вопросы к Зачету |

Наименование оценочного средства
Тесты промежуточной аттестации по учебной дисциплине
«Проектирование гастрономических туров»

Вариант 1

1. Что является основной целью гастрономического туризма?

- а) Посещение достопримечательностей
- б) Знакомство с культурой через местную кухню**
- в) Дегустация экзотических блюд
- г) Поиск новых кулинарных рецептов

2. Какой нормативный документ в большинстве стран регулирует деятельность в сфере общественного питания?

- а) Закон о туристской деятельности
- б) Санитарные нормы и правила**
- в) Закон о защите прав потребителей
- г) Гражданский кодекс

3. Что такое гастрономический бренд дестинации?

- а) Список популярных блюд региона
- б) Совокупность ассоциаций и представлений о кулинарии региона**
- в) Название известного ресторана в регионе
- г) Логотип туристического направления

4. Какой элемент не является ключевым при формировании гастрономического бренда?

- а) Уникальные местные продукты
- б) Традиционные рецепты и технологии приготовления
- в) Историко-культурное наследие региона
- г) Количество проживающего населения**

5. Какая мировая столица наиболее известна своей высокой кухней ("haute cuisine")?

- а) Рим
- б) Токио
- в) Париж**
- г) Бангкок

6. Какой фактор оказывает значительное влияние на формирование кулинарных традиций народов мира?

- а) Модные тенденции
- б) Географическое положение и климат**

- в) Популярность социальных сетей
 - г) Развитие технологий
7. Какой вид туризма тесно связан с гастрономическим туризмом в Приднестровье и Молдове?
- а) Пляжный туризм
 - б) Винный туризм**
 - в) Военно-исторический туризм
 - г) Деловой туризм
8. Какой местный продукт является визитной карточкой кухни Приднестровья и Молдовы?
- а) Пицца
 - б) Гамбургер
 - в) Мамалыга, плацынды**
 - г) Суши
9. Какова основная цель проведения гастрономических фестивалей?
- а) Получение прибыли организаторами
 - б) Продвижение местной кухни и привлечение туристов**
 - в) Конкуренция между поварами
 - г) Дегустация большого количества блюд
10. Какой тип гастрономического тура ориентирован на посещение нескольких ресторанов с дегустацией блюд?
- а) Фермерский тур
 - б) Кулинарный мастер-класс
 - в) Ресторанный тур**
 - г) Винный тур
11. Что необходимо определить на начальном этапе проектирования гастрономического тура?
- а) Список ресторанов для посещения
 - б) Целевую аудиторию**
 - в) Транспортное обеспечение
 - г) Стоимость тура
12. Какой элемент является важным при планировании маршрута гастрономического тура?
- а) Количество достопримечательностей
 - б) Логистика и время перемещения между объектами**
 - в) Наличие сувенирных магазинов
 - г) Погодные условия
13. Что включает в себя программа гастрономического тура?
- а) Список отелей
 - б) Перечень блюд для дегустации и расписание активностей**
 - в) Список музеев
 - г) Информация о транспорте
14. Какой метод продвижения наиболее эффективен для гастрономических туров?
- а) Рассылка электронных писем

- б) Таргетированная реклама в социальных сетях с визуальным контентом**
 - в) Размещение объявлений в газетах
 - г) Радиореклама
15. Что следует учитывать при расчете бюджета гастрономического тура?
- а) Стоимость авиабилетов
 - б) Затраты на питание, проживание, транспорт, дегустации и экскурсии**
 - в) Средний чек в ресторанах региона
 - г) Курс валют

Вариант 2

1. Какое понятие является синонимом "гастрономического туризма"?
- а) Экологический туризм
 - б) Культурный туризм
 - в) Кулинарный туризм**
 - г) Приключенческий туризм
2. Какой документ может устанавливать требования к безопасности пищевой продукции в заведениях общественного питания?
- а) Устав предприятия
 - б) Технические регламенты**
 - в) Трудовой кодекс
 - г) Закон об образовании
3. Что может выступать основой для формирования гастрономического бренда региона?
- а) Современные кулинарные эксперименты
 - б) Уникальные местные продукты и традиции**
 - в) Наличие сетевых ресторанов
 - г) Высокая стоимость блюд
4. Какой фактор может негативно повлиять на гастрономический бренд дестинации?
- а) Высокое качество местных продуктов
 - б) Низкий уровень сервиса в заведениях питания**
 - в) Проведение гастрономических фестивалей
 - г) Поддержка местных производителей
5. Какой город считается одним из центров мировой гастрономии благодаря своим инновационным кулинарным подходам ("molecular gastronomy")?
- а) Нью-Йорк
 - б) Барселона**
 - в) Берлин
 - г) Пекин
6. Какое влияние религия может оказывать на структуру питания?
- а) Определение модных диет
 - б) Установление пищевых запретов и традиций**
 - в) Влияние на экспорт продуктов питания
 - г) Формирование ресторанного бизнеса
7. Какой вид туризма в Молдове активно развивается благодаря винодельческому наследию?

- а) Сельский туризм
- б) Винный туризм**
- в) Спортивный туризм
- г) Лечебный туризм

8. Какое традиционное блюдо часто встречается в кухне Приднестровья и Молдовы?

- а) Паэлья
- б) Хачапури
- в) Плацынды**
- г) Фо Бо

9. Какое преимущество дает участие местных производителей в гастрономических фестивалях?

- а) Снижение стоимости продуктов
- б) Прямой контакт с потребителями и продвижение продукции**
- в) Увеличение количества отходов
- г) Усложнение логистики

10. Какой тип гастрономического тура предполагает активное участие туристов в процессе приготовления блюд?

- а) Дегустационный тур
- б) Кулинарный мастер-класс**
- в) Экскурсия на ферму г) Рынок-тур

11. Что важно учитывать при определении целевой аудитории гастрономического тура?

- а) Средний возраст населения региона
- б) Интересы, предпочтения и платежеспособность потенциальных туристов**
- в) Количество отелей в регионе
- г) Наличие аэропорта

12. Какой аспект логистики является ключевым при планировании гастрономического тура?

- а) Выбор отелей с бассейнами
- б) Удобство и своевременность транспортного сообщения между объектами**
- в) Наличие парковочных мест
- г) Бесплатный Wi-Fi

13. Какая информация должна быть обязательно включена в программу гастрономического тура?

- а) История региона
- б) Подробное описание блюд, напитков и дегустаций**
- в) Список всех достопримечательностей города
- г) Расписание работы музеев

14. Какой канал продвижения может быть особенно эффективным для привлечения туристов на гастрономические фестивали?

- а) Почтовые рассылки
- б) Социальные сети и сотрудничество с блогерами**
- в) Реклама на телевидении
- г) Объявления в лифтах

15. Какие непредвиденные расходы следует учитывать при составлении бюджета гастрономического тура?

- а) Стоимость сувениров
- б) Медицинская страховка и возможные форс-мажорные ситуации**
- в) Стоимость билетов в кино
- г) Расходы на посещение ночных клубов

Критерии оценки:

- 100–90% – «отлично»
- 80–70% – «хорошо»
- 60–50% – «удовлетворительно»
- 40% и менее – «неудовлетворительно»

**Вопросы для собеседования (дискуссии) по учебной дисциплине
«Проектирование гастрономических туров»**

1. Как вы понимаете термин "гастрономический туризм" и чем он отличается от обычного туризма с акцентом на питание?
2. Какие, на ваш взгляд, основные нормативные документы регулируют организацию гастрономических туров в регионе (учитывая контекст Приднестровья и Молдовы)?
3. Объясните понятие "гастрономический бренд дестинации". Приведите пример успешного гастрономического бренда и проанализируйте факторы его успеха.
4. Какие элементы, по вашему мнению, являются ключевыми для формирования привлекательного гастрономического бренда туристской дестинации?
5. Назовите несколько известных мировых кулинарных столиц. В чем, по вашему мнению, заключается их уникальность и привлекательность для гастрономических туристов?
6. Как культурные и религиозные традиции влияют на формирование кулинарных предпочтений и структуры питания в различных странах? Приведите примеры.
7. Каковы особенности и потенциал развития гастрономического туризма в Приднестровье и Молдове? Какие уникальные продукты и традиции могут лечь в основу турпродуктов?
8. Какие виды гастрономических туров вы знаете? Приведите примеры для каждого вида и опишите их целевую аудиторию.
9. Какова роль гастрономических фестивалей в развитии туризма? Как можно эффективно интегрировать посещение фестиваля в программу гастрономического тура?
10. Опишите основные этапы проектирования гастрономического тура. На каком этапе, по вашему мнению, принятие решений является наиболее критичным для успеха тура?
11. Какие факторы необходимо учитывать при определении целевой аудитории гастрономического тура? Как потребности различных сегментов аудитории влияют на разработку тура?
12. Какие аспекты логистики следует учитывать при планировании гастрономического тура, включающего посещение нескольких объектов питания и дегустации?
13. Какая информация должна быть обязательно представлена в программе гастрономического тура для привлечения и информирования потенциальных туристов?
14. Какие каналы продвижения вы считаете наиболее эффективными для гастрономических туров? Обоснуйте свой выбор.

15. Какие основные статьи расходов следует учитывать при составлении бюджета гастрономического тура? Как можно оптимизировать затраты без ущерба для качества турпродукта?

**Примерный перечень тем рефератов/докладов/сообщений
по учебной дисциплине «Проектирование гастрономических туров»**

1. История развития гастрономического туризма как самостоятельного направления.
2. Нормативно-правовое регулирование гастрономического туризма в различных странах.
3. Роль гастрономического брендинга в формировании привлекательности туристской дестинации.
4. Успешные стратегии гастрономического брендинга регионов мира.
5. Анализ мировых кулинарных столиц и факторов их популярности среди туристов.
6. Влияние культурных и религиозных традиций на гастрономический туризм.
7. Современное состояние и перспективы развития гастрономического туризма в Приднестровье.
8. Гастрономический потенциал Молдовы как туристской дестинации.
9. Классификация и типология гастрономических туров: сравнительный анализ.
10. Фестивали еды и напитков как инструмент продвижения гастрономического туризма.
11. Особенности проектирования гастрономических туров для различных целевых аудиторий.
12. Логистика и транспортное обеспечение в гастрономических турах.
13. Эффективные стратегии продвижения и маркетинга гастрономических туров в онлайн-среде.
14. Устойчивое развитие и социальная ответственность в гастрономическом туризме.
15. Инновационные технологии и их применение в проектировании гастрономических туров.

**Перечень контрольных вопросов для подготовки к экзамену
по учебной дисциплине «Проектирование гастрономических туров»**

1. Сущность и значение гастрономического туризма в современной индустрии гостеприимства.
2. Основные цели и задачи проектирования гастрономических туров.
3. Классификация и типология гастрономических туров.
4. Факторы, влияющие на разработку и реализацию гастрономических туров.
5. Нормативно-правовое регулирование деятельности в сфере гастрономического туризма.
6. Гастрономический бренд дестинации: понятие, структура и значение для проектирования туров.
7. Мировой опыт формирования и продвижения успешных гастрономических брендов регионов.
8. Анализ ключевых элементов привлекательности мировых кулинарных столиц для гастрономических туристов.
9. Влияние культурных и религиозных традиций на формирование гастрономических предпочтений и проектирование туров.
10. Особенности проектирования гастрономических туров, ориентированных на Приднестровье и Молдову.

11. Уникальные продукты и кулинарные традиции Приднестровья и Молдовы как основа для турпродуктов.
12. Сегментация целевой аудитории гастрономических туров и учет их потребностей.
13. Этапы проектирования гастрономического тура: от идеи до реализации.
14. Разработка концепции и программы гастрономического тура.
15. Планирование маршрута и логистики гастрономического тура.
16. Выбор и взаимодействие с поставщиками услуг в гастрономическом туре (рестораны, фермеры и др.).
17. Роль гастрономических фестивалей и событий в проектировании событийных туров.
18. Методы оценки гастрономического потенциала туристской дестинации.
19. Ценообразование в гастрономическом туризме и формирование стоимости тура.
20. Каналы продвижения и маркетинга гастрономических туров.
21. Обеспечение качества и безопасности в гастрономических турах.
22. Устойчивое развитие и экологические аспекты гастрономического туризма.
23. Инновационные технологии в проектировании и продвижении гастрономических туров.
24. Анализ рисков и управление кризисными ситуациями в гастрономическом туризме.
25. Перспективы развития гастрономического туризма в условиях современных вызовов.

Критерии оценки:

– оценка «отлично» выставляется студенту, если он демонстрирует полное знание и понимание теоретического содержания курса, без пробелов; сформированность некоторых практических умений в конкретных ситуациях; высокое качество выполнения всех предусмотренных программой обучения учебных заданий (оценены числом баллов, близким к максимальному); высокий уровень мотивации учения.

– оценка «хорошо» выставляется студенту, если он демонстрирует полное знание и понимание теоретического содержания курса, без пробелов; недостаточная сформированность некоторых практических умений в конкретных ситуациях; достаточное качество выполнения всех предусмотренных программой обучения учебных заданий (некоторые виды заданий выполнены с ошибками); средний уровень мотивации учения;

– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту если он демонстрирует знание и понимание теоретического содержания курса с незначительными пробелами; несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, низкое качество выполнения учебных заданий (оценены числом баллов, близким к минимальному); низкий уровень мотивации учения;

– оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту при незнании и непонимании теоретического содержания курса (значительные пробелы) несформированность некоторых практических умений при применении знаний в конкретных ситуациях, при низком качестве выполнения учебных заданий (оценены числом баллов, ниже минимального количества).