

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Цыбиква Балжигт Батзориг
Должность: Ректор
Дата подписания: 10.09.2024 15:30:53
Уникальный программный ключ:
056af948c3e48c6f3c571e429957a8ae7b757ae8

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Бурятская государственная сельскохозяйственная академия
имени В.Р. Филиппова»**

Экономический факультет

СОГЛАСОВАНО
Заведующий
выпускающей кафедрой
Социально-гуманитарные
науки, реклама и туризм

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

УТВЕРЖДАЮ
Декан экономического
факультета

уч. ст., уч. зв.

ФИО

подпись

«__» _____ 20__ г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

дисциплины (модуля)

**Б1.О.21 Туристско-рекреационное проектирование
Направление подготовки
43.03.02 Туризм**

**Направленность (профиль)
Технология и организация экскурсионных услуг
бакалавр**

Обеспечивающая
преподавание дисциплины
кафедра
Разработчик (и)

Социально-гуманитарные науки, реклама и туризм

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Внутренние эксперты:
Председатель методической
комиссии экономического
факультета

подпись

уч.ст., уч. зв.

И.О.Фамилия

Заведующий методическим
кабинетом УМУ

подпись

И.О.Фамилия

Улан – Удэ, 2023

ВВЕДЕНИЕ

1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) является обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины (модуля) и представлены в виде оценочных средств.
2. Оценочные материалы является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины (модуля).
3. При помощи оценочных материалов осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины (модуля).
4. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) включает в себя:
 - оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины (модуля).
 - оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО;
 - оценочные средства, применяемые для текущего контроля;
5. Разработчиками оценочных материалов по дисциплине (модулю) являются преподаватели кафедры, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины (модуля), практики в Академии. Содержательной основой для разработки оценочных материалов является Рабочая программа дисциплины (модуля).

1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ
учебной дисциплины (модуля), персональный уровень достижения которых проверяется с
использованием представленных в п. 3 оценочных материалов

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1		2	3	4	5
Универсальные компетенции					
УК-2	способен проектировать объекты туристской деятельности	ИД-1УК-2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	использовать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	применения альтернативных вариантов решений для достижения намеченных результатов; разработки плана, определения целевых этапов и основных направлений работ
		ИД-2УК-2 Использует различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуется методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также может рассчитать ресурсные затраты	различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуясь методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также может рассчитать ресурсные затраты	использовать различные методики для разработки целей и задач проекта; руководствуясь методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также способами расчета ресурсных затрат	Навыками использования различных методик для разработки целей и задач проекта; руководствуясь методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также способами расчета ресурсных затрат

РЕЕСТР
элементов оценочных материалов по дисциплине (модулю)

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент	
	Наименование	
1	2	
1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	Перечень экзаменационных вопросов Критерии оценивания	
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов (ВАРО)	Перечень заданий для контрольных работ Критерии оценивания Шкала оценивания	
3. Средства для текущего контроля	Комплект заданий для практических работ Критерии оценивания Шкала оценивания	
	Комплект кейс заданий Критерии оценивания Шкала оценивания	
	Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов Критерии оценивания Шкала оценивания	
	Кейс-задачи Критерии оценивания Шкала оценивания	
	Перечень дискуссионных тем и вопросов для круглого стола Критерии оценивания Шкала оценивания	
	Комплект заданий для самостоятельной работы обучающихся Критерии оценивания Шкала оценивания	
	Комплект тестовых заданий Критерии оценивания Шкала оценивания	

3. Описание показателей, критериев и шкал оценивания компетенций в рамках дисциплины (модуля)

Код и название компетенции	Код индикатора достижений компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				2	3	4	5	
				Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»	
				Характеристика сформированности компетенции				
			Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач		
Критерии оценивания								
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД-1УК.2 Анализирует альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	Полнота знаний	Знает альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	не знает и не понимает альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	знает фрагментарно альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	знает в целом, альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	знает в совершенстве альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	Перечень экзаменационных вопросов Перечень заданий для контрольных работ Комплект заданий для практических работ Комплект кейс заданий Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов Комплект заданий для самостоятельной работы обучающихся Комплект тестовых заданий
		Наличие умений	Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	Не умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	умеет в некоторой степени анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	умеет в общем, анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	умеет уверенно анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывает план, определять целевые этапы и основные направления работ	
		Наличие навыков (владение опытом)	Владеет навыками анализа альтернативных вариантов	не владеет навыками анализа альтернативных вариантов решений для	владеет частично навыками анализа альтернативных	владеет достаточно навыками анализа альтернативных вариантов решений для	владеет в полной мере навыками анализа альтернативных вариантов решений для	

4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы

4.1. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков

4.1.1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины

Нормативная база проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины: Б1.О.21 Туристско-рекреационное проектирование	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА»	
Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины (модуля)	
1	2
Цель промежуточной аттестации -	установление уровня достижения каждым обучающимся целей обучения по данной дисциплине, изложенных в п.2.2 настоящей программы
Форма промежуточной аттестации -	экзамен
Место экзамена в графике учебного процесса:	1) подготовка к экзамену и сдача экзамена осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на экзаменационную сессию для обучающихся, сроки которой устанавливаются приказом по академии
	2) дата, время и место проведения экзамена определяется графиком сдачи экзаменов, утверждаемым деканом факультета (директором института)
Форма экзамена -	Устный
Процедура проведения экзамена -	представлена в оценочных материалах по дисциплине
Экзаменационная программа по учебной дисциплине:	1) представлена в оценочных материалах по дисциплине 2) охватывает разделы (в соответствии с п. 4.1 настоящего документа)
Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:	представлены в оценочных материалах по дисциплине

Перечень экзаменационных вопросов

1. Проектирование. Ключевые признаки проекта (УК-2)
2. Туристско-рекреационное проектирование. Инжиниринг и гуманитарное проектирование (УК-2)
3. Ключевые элементы проектирования: система, объект, процесс (УК-2)
4. Технологическая цепочка проектирования (УК-2)
5. Туристское пространство: виды и типы (УК-2)
6. Пространственный подход к организации туристской деятельности (УК-2)
7. Сущность кластерного подхода в туризме (УК-2)
8. Рынок туристско-рекреационных услуг(УК-2)
9. Тенденции российского туристского рынка (УК-2)
10. Проектирование туристских и рекреационных продуктов(УК-2)
11. Технологический и маркетинговый подход в проектировании туристского продукта и услуг (УК-2)
12. Формирование товарной стратегии туристского предприятия (УК-2)
13. Цена на туристские продукты и услуги (УК-2)
14. Калькулирование цены туристского (УК-2)
15. Методики оценки конкурентоспособности туристского продукта (УК-2)
16. Методика формирования дисконтных программа на туристские продукты и услуги(УК-2)
17. Каналы сбыта туристских продуктов и услуг (УК-2)
18. Проектирование логистических цепей (УК-2)
19. Организация прямых продаж. Схемы реализации туристского продукта (УК-2)
20. Электронные каналы сбыта туристских продуктов и услуг (УК-2)
21. Функции и эффективность различных сайтов (УК-2)
22. Электронная коммерция в туристской деятельности (УК-2)
23. Инновационные подходы в продвижении туристских продуктов и услуг(УК-2)
24. Правила формирования туристского контента (УК-2)
25. Проектирование образа или имиджа территории на региональном уровне с использованием интернет-технологий (УК-2)
26. Проектирование деятельности туристского предприятия (УК-2)
27. Структура индустрии гостеприимства (УК-2)
28. Уровни управления в туризме (УК-2)
30. Форматы туристских предприятий (УК-2)
31. Особенности анализа и оценки деятельности туристского предприятия (УК-2)

32. Методические подходы к изучению конкурентов и клиентов предприятий туризма и рекреации (УК-2)
33. Активные маркетинговые методы (Mystery Shopping) (УК-2)
34. Оценка инвестиционного риска малой гостиницы (УК-2)
35. Проектирование бизнес-процессов предприятий туризма и рекреации (УК-2)
36. Проектирование производственных процессов (УК-2)
37. Проектирование организационной структуры туристского предприятия (УК-2)
38. Формирование хозяйственной стратегии (УК-2)
39. Планирование и прогнозирование туристской деятельности (УК-2)
40. Бизнес-план туристской организации (УК-2)

4.1.2. Средства

для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО

4.1.2.3 Перечень заданий для контрольных работ обучающихся заочной формы обучения

1. Определение понятия проект. Классификации проектов
2. Проектирование деятельности как инструмент развития
3. Технология и ключевые элементы проектирования: система, объект, процесс.
4. Развитие рекреации и туризма на управляемой, комплексной и устойчивой основе
5. Экономические выгоды развития рекреации и туризма в регионе
6. Ресурсы и уровни туристско-рекреационного проектирования
7. Формирование туристского кластера
8. Туристско-рекреационный комплекс
9. Типы проектов
10. Управление проектом
11. Подготовка исследования в туристско-рекреационном проектировании
12. Определение задач в туристско-рекреационном проектировании
13. Сбор данных в туристско-рекреационном проектировании
14. Анализ и синтез в туристско-рекреационном проектировании
15. Разработка политики и структурного плана в туристско-рекреационном проектировании
16. Подготовка плана исследования и выбор специалистов в туристско-рекреационном проектировании
17. Аналитические доклады в туристско-рекреационном проектировании
18. Расчет потребностей в средствах размещения в туристско-рекреационном проектировании
19. Определение пропускных потенциалов для региона в туристско-рекреационном проектировании
20. Определение пропускных потенциалов для туристского центра в туристско-рекреационном проектировании
21. Общий базовый анализ в проекте развития туризма
22. Анализ инфраструктуры и достопримечательностей в проекте развития туризма
23. Экологические, социокультурные и институционные аспекты в проекте развития туризма
24. Типовая программа развития туризма
25. Контроль над выполнением проекта
26. Финансирование развития туризма
27. Типы и виды туристского пространства
28. Рынок туристских продуктов и услуг: основы проектирования
29. Проектирование туристских и рекреационных продуктов, туристское предложение
30. Проектирование цены на туристские продукты и услуги
31. Методика формирования дисконтных программ на туристские продукты и услуги
32. Каналы сбыта туристских продуктов и услуг
33. Проектирование системы управления распределением в туризме, организация продаж

Критерии оценивания

- полнота раскрытия темы;
- правильность формулировки и использования понятий и категорий;
- правильность выполнения заданий
- аккуратность оформления работы

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
8-10 баллов «отлично»	Полное раскрытие темы, указание точных названий и определений, правильная формулировка понятий и категорий, приведены все необходимые формулы, соответствующая статистика и т.п., все задания выполнены верно (все задачи решены правильно), работа выполнена аккуратно, без помарок.
6-7 баллов «хорошо»	Недостаточно полное раскрытие темы, одна-две несущественные ошибки в определении понятий и категорий, в формулах, статистических данных и т. п., кардинально не меняющие суть изложения, наличие незначительного количества грамматических и стилистических ошибок, одна-две несущественные погрешности при выполнении заданий или в решениях задач. Работа выполнена аккуратно.
4-5 баллов «удовлетворительно»	Ответ отражает лишь общее направление изложения лекционного материала, наличие более двух несущественных или одной-двух существенных ошибок в определении понятий и категорий, формулах, статистических данных и т. п.; большое количество грамматических и стилистических ошибок, одна-две существенные ошибки при выполнении заданий или в решениях задач. Работа выполнена небрежно.
менее 4 баллов «неудовлетворительно»	Обучающийся демонстрирует слабое понимание программного материала. Тема не раскрыта, более двух существенных ошибок в определении понятий и категорий, в формулах, статистических данных, при выполнении заданий или в решениях задач, наличие грамматических и стилистических ошибок и др. Нет ответа. Не было попытки выполнить задание.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

5.1. Критерии оценки к экзамену

Оценка «отлично» (86-100 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему систематические и глубокие знания учебно-программного материала, умения свободно выполнять задания, предусмотренные программой в типовой ситуации (с ограничением времени) и в нетиповой ситуации, знакомство с основной и дополнительной литературой, усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины в их значении приобретаемой специальности и проявившему творческие способности и самостоятельность в приобретении знаний. Студент исчерпывающим образом ответил на вопросы экзаменационного билета. Задача решена правильно, студент способен обосновать выбранный способ и пояснить ход решения задачи.

Оценка «хорошо» (71-85 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешное выполнение заданий, предусмотренных программой в типовой ситуации (с ограничением времени), усвоение материалов основной литературы, рекомендованной в программе, способность к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей работы над литературой и в профессиональной деятельности. При ответе на вопросы экзаменационного билета студентом допущены несущественные ошибки. Задача решена правильно или ее решение содержало несущественную ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора.

Оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, достаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, знакомство с основной литературой, рекомендованной программой, умение выполнять задания, предусмотренные программой. При ответе на экзаменационные вопросы и при выполнении экзаменационных заданий обучающийся допускает погрешности, но обладает необходимыми знаниями для устранения ошибок под руководством преподавателя. Решение задачи содержит ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора.

Оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов) ставится обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, слабые побуждения к самостоятельной работе над рекомендованной основной литературой. Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании академии без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

6. Оценочные материалы для организации текущего контроля успеваемости обучающихся

Тема. Проектирование туристских продуктов и услуг

Задание 1. Проанализируйте туристский продукт «Свадебные обычаи народов Бурятии».

Дайте характеристику турпродукту, используя его аналитические признаки (заполните таблицу 1) «Свадебные обычаи народов Бурятии»

1 июля	Прибытие в г.Улан-Удэ в 6:00 по местному времени. Трансфер из аэропорта и размещение в 3-х звездочной гостинице
2 июля	Посещение – пос. Заиграево. Трансфер - Пассажирский автобус «Peugeot boxer» (17мест). Встреча туристов в Улан-Удэ. Посещение Казачьей избы. Анимационная программа. Пешая прогулка (трекинг). Трансфер в гостиницу
3 июля	Посещение с. Тарбагатай. Посещение музея быта старообрядцев. Посещение древлеправославного храма. Прием в доме у семейских с традиционным обедом. Анимационная программа. Размещение в доме-гостинице староверов.
4 июля	Посещение села Тапхар. Свободное время. Анимационная программа. Мастер-классы по разбиванию хребтовой кости, по лепке бууз. Размещение в гостевой дом «Тамир Хаус»
5 июля	Посещение Этнографического музея народов Забайкалья. Анимационная программа. Мастер – класс по изготовлению кумаланов.
Стоимость тура: 8407 рублей, в стоимость входит: проживание в отеле, экскурсионные услуги, услуги экскурсовода-гида, питание, транспортное обслуживание	

Таблица 1

N п/п	Аналитический признак	Характеристика
1	Приоритет	
2	Тип маршрута	
3	Вид транспорта	
4	Расстояние до пунктов назначения, в т.ч. общее расстояние	
5	Продолжительность тура	
6	Сезонность маршрута	
7	Степень задействованности туристской инфраструктуры	
8	Целевая аудитория	

Тема. Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг, особенности проектирования

Задание 2. Существуют различные типы сайтов электронного сбыта и продвижения туристского продукта, которые в разной степени выполняют свои функции. Заполните таблицу, указав в пустых ячейках степень соответствия функции сайта. Используйте следующую легенду: «А» – полное соответствие, «Б» – выполняет функцию сайта частично, «У» - не соответствует функции сайта .

Тип сайта	Функции сайта				
	Реклами-ровать	Инфор-мировать	Исследо-вать	Прода-вать	Структу-рировать
Сайт-визитка					
Сайт-промо					
Информационный сайт					
Интернет-магазин					
Корпоративный сайт					
Интернет-портал					

Тема. Проектирование деятельности туристского предприятия

Задание 3. Осуществите прогнозирование последующих продаж ООО «ТузТрэвэл» исходя из прошлогоднего оборота компании, по принципу «от достигнутых объемов реализации».

За 2017 г. туристское предприятие реализовало на сумму 200500 тыс.руб., что на 37092,5 (18,5%) больше, чем в 2018 г.

Укажите проектное выражение туристского оборота фирмы в 2019 г. по следующей формуле
 Оборот 2019=оборот 2018×(оборот 2018÷оборот 2017)

Тема. Проектирование бизнес-процессов туристского предприятия

Задание 4. Обоснуйте связь организационного проектирования с формированием хозяйственной стратегии предприятия индустрии туризма и гостеприимства. Задание выполните в таблице.

Уровень хозяйственной стратегии	Цели и задачи организации	Тип организационной структуры
Первый		
Второй		
Третий		
Четвертый		

Задание 5. Сформируйте модель предприятий туризма с учетом выделенных типов хозяйственных стратегий. Определите цели и задачи предприятия на ближайшие 3-5 лет. Предложите соответствующий тип организационной структуры с учетом эволюционного подхода к организации.

Критерии оценивания:

- правильность выполнения задания на практическую работу в соответствии с вариантом;
- степень усвоения теоретического материала по теме практической работы;
- способность продемонстрировать преподавателю навыки работы в инструментальной программной среде, а также применить их к решению типовых задач, отличных от варианта задания;
- качество подготовки отчета по практической работе;
- правильность и полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнены все задания практической работы, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы
85-71 балла «хорошо»	Выполнены все задания практической работы; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями
70-56 баллов «удовлетворительно»	Выполнены все задания практической работы с замечаниями; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями
менее 55 баллов «неудовлетворительно»	Обучающийся не выполнил или выполнил неправильно задания практической работы; обучающийся ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы

Комплект кейс заданий

Тема. Проектирование туристских продуктов и услуг

Задание 1. В городе Улан-Удэ с населением 440 тыс.чел. 20% жителей пару раз в год (календарный год) совершают путешествие, средняя цена тура – 30 тыс.руб.. еще 10% отправляются в путешествие раз в год, средняя цена тура – 15 тыс.руб.

Социологический опрос кафедры политологии, социологии и международных отношений БГУ показал, что еще 30% потребителей готовы отправиться в путешествие и потратить 15 тыс.руб.

- 1) Установите потенциальную и реальную емкость туристского рынка
- 2) Определите объем реализации турфирмы «АкбэсТур», если ее доля на 15% выше средней доли рынка. В г.Улан-Удэ работает 10 турфирм.

Задание 2. Для туристов был разработан новый короткий экскурсионный продукт – автомобильное путешествие по этническому парку и деревне продолжительностью 35 мин. Цена продукта – 120 руб. На одну рабочую смену планируется 10 экскурсий.

Структура цены данного тура показывает, что себестоимость его составляет 100 руб., а прибыль – 20 руб. с единицы продукта. При этом себестоимость покрывает условно-постоянные затраты (40 руб.) и переменные затраты (60 руб.).

Маршрут совершает микроавтобус с полной вместимостью 12 чел.

Однако разработчики продукта определили, что полностью постоянные затраты на одни маршрут покрываются при загрузке транспорта 8 человек. Пробный маркетинг запуска маршрута показал, что в расчетное время посадки на маршрут обеспечить полную загрузку нельзя, так как обычно в среднем набирается 8 чел., а остальные обычно подсаживаются в течение первых 5 мин. прохождения маршрута.

Для активизации загрузки разработчики продукта решили воспользоваться одним из вариантов методики затратного ценообразования и разработали новый тариф, обеспечивающий предельную цену продукта и покрытие прибыли, что составляет 80 руб. с одного потребителя. Этот тариф действовал только для запаздывающих потребителей и в первое время был достаточно успешным.

Однако через три недели после внедрения нового тарифа руководство этнопарка столкнулось с фактом потери доходов, потому что только 4 чел. Из 12 пассажиров оплачивали по полному тарифу, а остальные – по сокращенному, так как они специально приходили на маршрут позже.

Сделайте выводы об экономической целесообразности нового тарифа и дайте рекомендации менеджерам этнопарка, подтвердив свои рассуждения расчётами.

Тема. Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг, особенности проектирования

Задание 3. Компания «ЭкстримТур» работает на туристском рынке г.Улан-Удэ с 2005 года. Первые предложения туров фирмы в выездном туризме осуществлялись в направлении стран Западной Африки (виды туризма- рыбалка, охота). Туры внутреннего туризма представлены проектами в стиле «милитари» - с услугами катания через полосу препятствия на военном транспорте, предоставлением полевой кухни и т.п. Спустя 2-3 месяца руководству предприятия стало понятно, что изначально избранное направление туризма не приносит ощутимого дохода, в силу дороговизны турпродукта для местного населения. Постепенно компания начинает отходить от экстремального направления к сбыту стандартных туров пляжного и культурно-познавательного туризма в страны Ближнего Востока (Египет, Израиль, Турция, Арабские Эмираты и т.д.). Для сбыта и реализации собственного продукта за рубежом компания пользуется услугами фирм-посредников в странах назначения. В г. Улан-Удэ спектр предложений одинаков, практически все фирмы продают схожие туристские продукты и приблизительно по одинаковой цене.

Со временем название компании «ЭкстримТур» перестало отвечать первоначальной задумке, потенциальных клиентов - это приводило в ступор и сбивало с толку, поэтому они обращались к компаниям конкурентам. Однако сменить вывеску компания не собирается, т.к. по мнению руководства полный ребрендинг отпугнет постоянных клиентов турфирмы. Помимо этого компания не хочет отказываться от идеи вернуться к первоначальному направлению туризма.

В настоящее время сбытовая цепочка компании состоит из 2 собственных офисов и 10 турагентств. 30% - заказов составляют заявки на семейный и корпоративный отдых за городом, и они приносят 70% дохода. Экстремальные туры приносят 1-8% прибыли, в зависимости от сезона.

В последнее время на рынке выездного туризма перспективным направлением туризма становится соседняя Монголия, где спрос превалирует над предложением, поэтому компания рассматривает и это направление туризма. У фирмы есть все «шансы» окончательно потеряться в нишах и услугах.

1) Имеет ли смысл компании «ЭкстримТур» развивать первоначальное направление туризма?

2) Какую стратегию избрать

3) Имеет ли смысл компании открывать дополнительные офисы в соседних регионах по привлечению туристов на экстремальные туры?

Задание 4. Туристская фирма «Солнечная Бурятия» отправляет путешественников на курорты 5 стран Восточной Европы: Румыния, Венгрия, Чехия, Словения, Словакия. Долгосрочные и эффективные отношения с поставщиками услуг, а также многолетний опыт турфирмы позволяет ей реализовывать туры по эксклюзивной цене. Цена путевки в первую очередь влияет на принятие решения потребителем о ее приобретении. Посреднические компании могут влиять на конечную стоимость путевки, т.к. заинтересованы в максимизации получения прибыли. При реализации туристского продукта фирма остановила свой выбор на определенном числе заграничных турфирм-посредников, взявших на себя по договору обязательства реализовывать на своей территории туристский продукт или услуги фирмы, посредником которой они являются. Фирма вынуждена использовать эту посредническую систему, так как организация собственных агентств за границей связана с крупными денежными расходами, а также с законодательной спецификой каждой страны. Намного выгоднее работать с зарубежными туристскими организациями, располагающими хорошими позициями на местном туристском рынке.

Вопросы

1. В чем преимущества применения посредников для фирмы «Солнечная Бурятия» по сравнению с работой напрямую с клиентами?

2. В чем заключаются недостатки использования дистрибьюции в сфере туризма?

Тема. Проектирование бизнес-процессов туристского предприятия

Задание 5. Туроператор запускает рекламную акцию по продвижению бренда в России. Ведущий туристский оператор Европы TUI, открывший российское подразделение TUI Russia&CIS, запускает в поддержку своего бренда рекламную кампанию «Все ради вашей улыбки!». Интегрированная кампания включает в себя рекламу на телевидении, Интернет-ресурсах, специализированной прессе, наружную рекламу, а также создание совместных проектов на радиостанциях.

Запуск основных ее этапов будет привязан к пикам бронирования поездок, соответственно, апрель-июль и август-октябрь года. Кампания стартовала с появлением на основных федеральных каналах серии рекламных роликов, производство и креативная разработка которых легла на плечи агентства Publicis United.

Как говорится в официальном обращении туроператора, одним из основных элементов позиционирования бренда является возможность возврата стоимости тура, если услуги компании клиенту не понравятся. Именно позитивное отношение к клиенту и должны вызвать у него улыбку, которая является также элементом логотипа TUI.

Проблемные вопросы

- 1) На какие производственные процессы делает ставку туроператор
- 2) Какие изменения в системе организационного проектирования потребует новые амбициозные планы туроператора?

Тема. Планирование туристско-рекреационной деятельности

Задание 6. Используя дополнительные материалы (научную, справочную информацию, источники сети интернет и т.п.), спланируйте проекты тематических экскурсионных маршрутов по г. Улан-Удэ.

Примеры тематических экскурсий:

- Улан-Удэ архитектурный;
- Улан-Удэ религиозный;
- Улан-Удэ купеческий.

Указание: Создавая проект, следует ориентироваться на следующие ключевые признаки (характеристики) проектируемого продукта:

- название проекта (должен отражать тематику экскурсионного продукта);
- целевая аудитория (необходимо обосновать выбор группы экскурсантов, опираясь на логические мышление и факты). К примеру, если организовывать тематическую экскурсию в рамках промышленного туризма, то она будет интересна для группы экскурсантов чьи интересы и профессиональная деятельность связана с отраслью промышленности.
- продолжительность и протяженность маршрута;
- количество объектов показа и их краткая характеристика (необходимо составить карту-схемы движения по маршруту, используя собственные «легенды»);
- предполагаемая стоимость экскурсии (необходимо письменно расписать основные статьи расходов: расходы с поставщиками услуг (музеи, выставки, предприятия питания и т.д.); оплата труда экскурсовода-гида; НДС; маржинальный доход (10%) от одной реализуемой экскурсии при условии что группа экскурсантов составляет- 10 человек).
- разработайте план изменения или дополнения первоначального туристского продукта в случае понижения спроса.

Критерии оценивания:

- правильность выполнения кейс задания;
- степень усвоения материала ситуации по теме задания;
- способность продемонстрировать преподавателю навыки работы в проблемной среде, а также применить их к решению нестандартных задач;
- качество подготовки отчета по кейс заданию;
- правильность и полнота ответов на вопросы преподавателя при решении кейс задания

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнены все пункты кейс задания, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы
85-71 балла «хорошо»	Выполнены пункты кейс задания; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями
70-56 баллов «удовлетворительно»	Выполнены пункты кейс задания с замечаниями; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями
менее 55 баллов «неудовлетворительно»	Обучающийся не выполнил или выполнил неправильно кейс задания; обучающийся ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы

Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов

Тема 1. Введение в туристско-рекреационное проектирование

1. Проектирование как деятельность
2. Ключевые признаки проекта
3. Отличие проекта от программы
4. Туристско-рекреационное проектирование
5. Основные этапы гуманитарного проектирования
6. Идея, замысел проекта
7. Модель Джеймса Янга
8. Этапы проектирования

Тема 2. Туризм как объект проектирования

1. Сущность туристского проектирования
2. Подходы к изучению туризма
3. Проектирование туристского пространства
4. Типы и виды туристского пространства
5. Естественное туристское пространство
6. Культурно-историческое туристское пространство
7. Рекреационное туристское пространство
8. Сервисное туристское пространство
9. Территориальные уровни туристского проектирования

Тема 3. Проектирование туристских продуктов и услуг

1. Рынок туристских продуктов и услуг
2. Рыночная конъюнктура рынка туристских продуктов и услуг
3. Емкость рынка
4. Тренды развития рынка туризма в России
5. Продвижение туристского продукта
6. Заказной и инклюзив туры
7. Аппетитивность туристского продукта и услуг
8. Проектирование туристского продукта
9. Технологический и маркетинговый подход проектирования
10. Товарная стратегия туристского предприятия
- 11.

Тема 4. Цена в системе проектирования туристской деятельности

1. Классификация цен
2. Методы ценообразования
3. Стратегия ценообразования
4. Калькулирование цены туристского продукта
5. Позаказный метод
6. Проектирование цен
7. Методика формирования дисконтных цен

Тема 5. Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг, особенности проектирования

1. Каналы сбыта туристского продукта
2. Проектирование логистических цепей
3. Посредники при реализации туристского продукта
4. Прямой и косвенный методы продаж
5. Схемы связей: туроператор-турист, туроператор-турагентство-турист
6. Принципы построения эффективной системы сбыта
7. Электронные каналы сбыта
8. Функции и типы сайтов
9. Электронная коммерция
10. Основные секторы туристского электронного бизнеса
11. Инновационные подходы к продвижению туристского продукта

Тема 6. Проектирование деятельности туристского предприятия

1. Классификация туристских предприятий
2. Формат туристского предприятия
3. Структура индустрии гостеприимства и туризма
4. Уровни управления в туризме
5. Количественная и качественная оценка деятельности туристского предприятия
6. Методы анализа конкурентной среды туристского предприятия
7. Активные маркетинговые методы

Тема 7. Проектирование бизнес-процессов туристского предприятия

1. Основные элементы и подходы к проектированию организации
2. Проектирование организационной структуры туристского предприятия
3. Формирование хозяйственной стратегии

Тема 8. Планирование туристско-рекреационной деятельности

1. Основы планирования: функции, стадии, задачи
2. Стратегическое планирование
3. Структура стратегии фирмы
4. Бизнес-план туристской организации

Критерии оценивания:

– правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);

- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Обучающийся полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
71-85 баллов «хорошо»	Обучающийся достаточно полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно. Допускает 1-2 ошибки, исправленные с помощью наводящих вопросов.
56-70 баллов «удовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
менее 56 баллов	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание (вопрос), допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Комплект заданий для самостоятельной работы обучающихся

Тема 1. Введение в туристско-рекреационное проектирование

1. Какие можно выделить ключевые признаки проекта в сфере туризма?
2. Перечислите основные этапы туристско-рекреационного проектирования
3. Проектирование маршрута экскурсии это скорее техническое или гуманитарное проектирование, аргументируйте свой ответ?
4. Чем инжиниринг отличается от туристско-рекреационного проектирования?
5. На каком этапе проектирования решается задача оптимизации проекта?

Тема 2. Туризм как объект проектирования

1. В чем особенность туризма и туристской деятельности как объекта проектирования?
2. Поясните сущность туристского проектирования и подчеркните его территориальный аспект?
3. Опишите основные признаки восьми типов туристского пространства, приведите примеры
4. Охарактеризуйте уровни туристско-рекреационного проектирования.

Тема 3. Проектирование туристских продуктов и услуг

1. Какие факторы оказывают влияние на развитие туристского рынка?
2. Выделите основные тенденции формирования туристского рынка
3. Можно ли проектировать объемы туристского рынка (страны, города, района)?
4. Оцените конъюнктуру туристского рынка России и Бурятии
5. Какие сегменты туристского рынка менее уязвимы под воздействием мирового финансового кризиса?*

Тема 4. Цена в системе проектирования туристской деятельности

1. Цена туристских продуктов и услуг в системе проектирования туристского предложения
2. Как применяется метод ценообразования, основанный на издержке?
3. Что отражают опубликованные цены на туристские продукты?
4. В каких случаях потребитель туристской услуги считает ее цену несправедливой?
5. Какие методики определения конкурентоспособности туристского продукта существуют в современном маркетинге?

Тема 5. Каналы сбыта и продвижения туристских продуктов и услуг, особенности проектирования

1. Определите понятие «канал сбыта» туристских продуктов?
2. Раскройте особенности проектирования логистической цепей продвижения продуктов и услуг
3. В чем суть проектирования эффективной системы управления распределением в туризме?
4. Как проектируются электронные каналы сбыта туристских продуктов и услуг?
5. Охарактеризуйте особенности организации прямых продаж в туризме
6. Что такое интернет-экономика и какие задачи она решает?
7. Что представляет собой туристский контент?
8. Выделите основные проблемы информатизации туризма на региональном уровне

Тема 6. Проектирование деятельности туристского предприятия

1. Какие признаки можно выделить у туристского предприятия как объекта проектирования?
2. Какие форматы туристских предприятий известны на современном этапе, дайте им характеристику?
3. Охарактеризуйте на примерах основные показатели деятельности туристского предприятия
4. В чем заключается сущность методических подходов к изучению клиентов туристской компании?
5. Какие показатели деятельности туристского предприятия не поддаются прогнозированию и почему?

Тема 7. Проектирование бизнес-процессов туристского предприятия

1. Охарактеризуйте содержание и порядок проектирования организации деятельности на предприятиях индустрии туризма
2. Укажите особенности организационного проектирования основных производственных процессов в сфере туризма
3. Определите понятие и сущность проектирования организационной структуры предприятия
4. Обозначьте связь организационного проектирования с формированием хозяйственной стратегии туристского предприятия
5. Охарактеризуйте типы организационных структур, применяемых туристскими фирмами

Тема 8. Планирование туристско-рекреационной деятельности

1. Что на самом деле показывает «точка безубыточности» деятельности предприятия?
2. Какие стадии планирования можно выделить в туризме? Охарактеризуйте эти стадии
3. Какие объекты долгосрочного планирования известны?
4. Перечислите этапы планирования деятельности туристского агентства

Критерии оценивания:

- полнота раскрытия изучаемых вопросов для подготовки к занятиям;
- полнота раскрытия самостоятельно изучаемых вопросов;
- правильность формулировки и использования понятий и категорий.

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнены все задания самостоятельной работы, обучающийся четко и без ошибок ответил на все вопросы, изученные самостоятельно
85-71 балла «хорошо»	Выполнены все задания самостоятельной работы; обучающийся ответил на все вопросы, изученные самостоятельно, с замечаниями
70-56 баллов «удовлетворительно»	Выполнены все задания самостоятельной работы с замечаниями; обучающийся ответил на все вопросы, изученные самостоятельно, с замечаниями
менее 55 баллов «неудовлетворительно»	Обучающийся не выполнил или выполнил неправильно задания самостоятельной работы; обучающийся ответил на вопросы, изученные самостоятельно, с ошибками или не ответил на вопросы

Комплект тестовых заданий

1. Проектирование – это построение...создаваемой системы:
 - а) вектора
 - б) аналога
 - в) образа
 - г) способа
 - д) цели
 - е) метода
2. Проект – это скорее...
 - а) план
 - б) направление
 - в) образ чего-то
 - г) набор мероприятий
 - г) среди ответов нет правильного ответа
3. Определение проектной идеи – это...
 - а) заключительный этап процесса проектирования
 - б) начальный этап процесса проектирования
 - в) этап формирования стратегии
 - г) основа гуманитарного проектирования
4. Обоснование проектной идеи необходимо для:
 - а) разработки проектного замысла
 - б) определения направлений развития
 - в) формирования стратегии
 - г) повышение конкурентоспособности объекта планирования

- д) планирования
 е) среди ответов нет правильного
5. Объектами туристского проектирования не являются
 а) туристские продукты
 б) туристские услуги
 в) туристские предприятия
 г) предприятия транспорта
6. Особая экономическая зона в Республике Бурятия – это:
 а) местный проект
 б) национальный проект
 в) международный проект
 г) межрегиональный проект
 д) не проект вообще
7. При какой рыночной доле обеспечивается большая экономическая устойчивость туристской компании
 а) 10-20%
 б) 15-18%
 в) 18-27%
 г) 30-33%
 д) 2%
8. Если потенциальная емкость регионального туристского рынка составляет 500,6 млн. руб., а число туристских фирм, работающих на рынке, - 200, какова средняя доля фирмы:
 а) 100 тыс.руб
 б) 2 503 тыс. руб
 в) 180 590 тыс. руб
 г) 30 057 тыс. руб
 д) 2 408 тыс. руб
 е) 4 500 тыс. руб
9. Средний туристский маршрут составляет:
 а) 5-15 км.
 б) 15-35 км
 в) 35-50 км
 г) 50-100 км
 д) 50- 300 км
 е) свыше 150 км.
10. Какой самый существенный недостаток турпродуктов-новинок, выходящих на рынок
 а) риск провала
 б) высокая цена
 в) сложность в поисках идей
 г) высокая конкуренция
 д) сложность продвижения
 е) все ответы верны
11. На каком этапе проектирования разрабатывается детальный маршрут тура:
 а) производственном
 б) коммерческом
 в) базовом
 г) начальном
 д) итоговом
 е) промежуточном
12. Жизненный цикл турпродукта состоит из ___ стадий
 а) 4
 б) 7
 в) 3
 г) 5
13. На ___ уровне руководства принимаются стратегические решения и обеспечение стратегических конкурентоспособных преимуществ – заранее неопределенные отчеты, прогнозная информация, знания о внешней среде предприятия
 а) среднем
 б) первом
 в) высшем
 г) низком
14. Самая острая конкурентная борьба возникает на следующем этапе жизненного цикла товара:
 а) рост

- б) зрелость
 - в) внедрение
 - г) зарождение
 - д) спал
 - е) разработка
15. Опубликованные цены на турпродукты отражают:
- а) ценовую стратегию компании
 - б) ценовую тактику компании
 - в) стиль руководства компанией
 - г) идеологию компании
 - д) ничего не отражают
16. Риск при применении стратегии «цены проникновения на рынок» заключается в следующем:
- а) необходимость последующего повышения цен
 - б) недостаточный объем рынка
 - в) недостаточная доля рынка
 - г) ограниченность производственной мощности
 - д) отсутствие приоритетов перед конкурентами
 - е) среди ответов нет правильного
17. Extra discount представляют:
- а) всем покупателям
 - б) привилегированным покупателям
 - в) крупным покупателям
 - г) постоянным покупателям
 - д) целевым покупателям
 - е) среди ответов нет правильного
18. К мероприятиям по стимулированию сбыта не относят
- а) ТВ рекламу
 - б) купоны
 - в) продажу по сниженным ценам
 - г) лотереи
 - д) розыгрыши
 - е) бонусы
19. Какие каналы сбыта используют предприятия туризма
- а) прямая продажа
 - б) агентские продажи
 - в) корпоративные продажи
 - г) групповые продажи
 - д) все вышеперечисленные
 - е) среди ответов нет правильного
20. Для успешных продаж важно
- а) знание продукта
 - б) обоснованная цена
 - в) грамотная реклама
 - г) профессионализм кадров
 - д) методы продаж
 - е) все перечисленное
21. Какой тип сайта турфирмы не позволяет исследовать
- а) промо
 - б) визитка
 - в) магазин
 - г) корпоративный
 - д) портал
 - н) нет правильного ответа
22. Туризм это вид деятельности, приносящий
- а) престиж
 - б) доход
 - в) опыт
 - г) неопределенность
 - д) преимущества
 - е) нет правильного ответа
23. При проектировании туристского предприятия не учитывают следующие составляющие
- а) численность персонала
 - б) характер и направления деятельности

- в) стратегию и тактику деятельности
 - г) организационную структуру управления
 - д) экономический потенциал
 - е) половозрастной состав сотрудников
24. Метод Mystery Shopping позволяет изучить:
- а) персонал компании
 - б) стиль руководства
 - в) конкурентов
 - г) ассортимент услуг
 - д) хозяйственные показатели компании
 - е) планы компании
25. Закупка текстиля для оборудования гостиницы – это
- а) внутрифункциональный процесс
 - б) межфункциональный процесс
 - в) нефункциональный процесс
 - г) операционный процесс
 - д) специальный процесс
 - е) недиагностируемый процесс
26. Какой раздел бизнес-плана дает прогноз конъюнктуры рынка:
- а) маркетинговый план
 - б) производственный план
 - в) финансовый план
 - г) организационный план
 - д) правовой план
 - е) среди ответов нет правильного
27. Сколько рекреационных зон выделяют на урбанизированных территориях?
- а) 2
 - б) 3
 - в) 3
 - г) 4
 - д) 5
 - е) 6
28. Что определяет целесообразность проектирования объектов туристической индустрии в первую очередь?
- а) наличие местного потребителя
 - б) рекреационные ресурсы
 - в) тектонические условия
 - г) климатические условия
 - д) развитие транспортной и электроэнергетической сетей
29. Кавказский биосферный заповедник относится к типу туристского пространства:
- а) естественного
 - б) историко-культурного
 - в) рекреационного
 - г) этнического
30. Если растут покупательные фонды населения, то потенциальная емкость туристского рынка:
- а) снижается
 - б) увеличивается
 - в) не изменяется значительно
 - г) остается прежней
 - д) эти явления не связаны между собой
 - г) изменяется иногда

Критерии оценивания

- отношение правильно выполненных заданий к общему их количеству

Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
-------------------------------------	----------------------------------

86-100 баллов «отлично»	Выполнено от 30 до 26 тестов
71-85 баллов «хорошо»	Выполнено от 25 до 21 теста
56-70 баллов «удовлетворительно»	Выполнено от 20 до 17 тестов
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Выполнено менее 17 тестов