

**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»**

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма



**Рабочая программа дисциплины**

|                         |                                    |
|-------------------------|------------------------------------|
| Наименование дисциплины | Основы гастрономического туризма   |
| Направление подготовки  | 43.03.02 Туризм                    |
| Профиль                 | Управление объектами гостротуризма |
| Год набора              | 2026                               |

Составители:  
к.филол.н., доц. Садыкова Э.Р.  
ст.преп. Рахимзянова Ю.А.

Казань

## Содержание

|                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Цели и задачи учебной дисциплины                                                                  | 3  |
| 2. Место дисциплины в структуре ОПОП                                                                 | 3  |
| 3. Требования к результатам освоения дисциплины                                                      | 4  |
| 4. Структура и содержание дисциплины                                                                 | 5  |
| 4.1 Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенции   | 5  |
| 4.2 Содержание дисциплины по темам (разделам)                                                        | 6  |
| 4.3 Планы практических и семинарских занятий                                                         | 8  |
| 5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов                                  | 14 |
| 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины                                       | 16 |
| 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины                                                    | 17 |
| 8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине                                                        | 17 |
| Приложение 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины                           | 20 |
| Приложение 2. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине |    |

### 1.Цели и задачи учебной дисциплины

Дисциплина относится к группе дисциплин по выбору №1 учебного плана по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм».

**Цель дисциплины:** формирование представления о сфере гастрономии и гастрономического туризма; получение базовых знаний и навыков применения подходов и инструментов гастрономического туризма в реализации запросов потребителей в гастрономическом туризме; понимание значения гастрономии в развитии территории и роли гастрономии как инструмента продвижения туристической дестинации.

#### **Задачи дисциплины:**

- познакомить с теоретическими основами гастрономического туризма;
- рассмотреть тенденции развития гастрономического туризма в России в целом и Республике Татарстан;
- научить студентов применять знания и умения, полученные в ходе освоения курса «Основы гастрономического туризма» в профессиональной деятельности.

После освоения данной дисциплины студент должен:

**Знать:** основные понятия, историю и характеристики гастрономического туризма как составной части креативных индустрий; структуру турпродукта (основные и дополнительные услуги); принципы продвижения специализированных туристских продуктов.

**Уметь** обосновывать

**Уметь:** проводить поиск актуальной информации в сегменте спроса на разные виды питания и связанные с ними досуговые программы;

**Владеть:** методами исследования запросов потребителей и продвижения сервисного продукта в гастрономическом туризме.

### 2.Место дисциплины в структуре ОПОП

Данная дисциплина относится к дисциплинам по выбору учебного плана. До начала изучения дисциплины «Основы гастрономического туризма» у студента должны быть сформированы компоненты компетенций, полученных в результате изучения дисциплин «История России», «Русский язык и культура речи», «Введение в специальность», «Сервисная деятельность», «Методы научных исследований». Дисциплина находится во взаимосвязи с дисциплинами согласно схеме:

#### Обеспечивающие учебные дисциплины

↓  
История России  
Русский язык и деловое общение  
Введение в специальность  
Сервисная деятельность  
Методы научных исследований

### **Основы гастрономического туризма**

#### Обеспечиваемые учебные дисциплины

↓  
Менеджмент в общественном питании  
Маркетинг на предприятиях общественного питания  
Технология продаж

## 2. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина «Основы гастрономического туризма» участвует в формировании компонентов профессиональной компетенции в соответствии с ФГОС ВО по направлению «Туризм»:

### ПК-12. Способен разрабатывать и реализовывать стратегии развития объектов гастротуризма

После освоения дисциплины студент должен получить следующие образовательные результаты соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

#### Декомпозиция компетенций

| Индикаторы                                                                                                                                               | Результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                          | <b>ПК-12</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| ПК-12.3 Осуществляет проектную деятельность в сфере гастротуризма и формирует продукт в соответствии с требованиями потребителей разных социальных групп | <b>ПК-12.3 3.6 Знает принципы продвижения специализированных туристских продуктов</b><br><b>ПК-12.3 У.7 Умеет проводить поиск актуальной информации в сегменте спроса на разные виды питания и связанные с ними досуговые программ</b><br><b>ПК-12.3 У.8 Умеет обосновывать потребительскую ценность сервисных продуктов в гастрономическом туризме</b><br><b>ПК-12.3 В.5 Владеет методами исследования запросов потребителей в сегменте гастрономического туризма</b><br><b>ПК-12.3 В.6 Владеет методами продвижения сервисного продукта в гастрономическом туризме</b> |

Этапы формирования выбранных компетенций (или их частей – ЗУВов) можно проследить по Пояснительной записке и модульно-тематическому плану дисциплины.

## 1. Структура и содержание дисциплины

### 4.1. Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины по очному обучению составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

| Модульная разбивка учебной дисциплины                                                    |                          |          |                   |                |                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------|-------------------|----------------|-------------------------------|
| Направление «Туризм»                                                                     |                          |          |                   |                |                               |
| Дисциплина: «Основы гастрономического туризма»                                           |                          |          |                   |                |                               |
| Наименование модулей                                                                     | Количество<br>ауд. часов |          | Самост.<br>работа | Всего<br>часов | Индикаторы<br>компетенции     |
|                                                                                          | Лекции                   | Практики |                   |                |                               |
| Модуль 1: «Основы теории гастрономической культуры»                                      |                          |          |                   |                |                               |
| Тема 1. Феномен<br>гастрономической культуры                                             | 2                        |          | 2                 |                | ПК-12.3 (3-6,У-7,У-8,В-5,В-6) |
| Тема 2. Исследования<br>культуры питания народов<br>мира и различных<br>социальных групп | 2                        | 2        | 4                 |                |                               |

|                                                                                                    |           |           |           |           |                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------------------------|
|                                                                                                    |           |           |           |           |                               |
| <b>Тема 3.</b> Особенности формирования традиции и культуры питания народов России.                | 2         | 2         | 4         |           | ПК-12.3 (3-6,У-7,У-8,В-5,В-6) |
| <b>Тема 4.</b> Национальные особенности традиций питания в Республике Татарстан.                   | 2         | 4         | 4         |           | ПК-12.3 (3-6,У-7,У-8,В-5,В-6) |
| <b>Модуль 2: «Организация гастрономического туризма»</b>                                           |           |           |           |           |                               |
| <b>Тема 5.</b> Основы гастрономического туризма                                                    | 2         |           | 4         |           | ПК-12.3 (3-6,У-7,У-8,В-5,В-6) |
| <b>Тема 6.</b> Гастрономический туризм: особенности, классификация, брендинг туристской дестинации | 4         | 6         | 6         |           |                               |
| <b>Тема 7.</b> Турпродукт гастрономического туризма                                                | 2         | 4         | 4         |           |                               |
| <b>Тема 8.</b> Событийный гастрономический туризм и Гастрономические мастер-классы                 | 4         | 2         | 4         |           |                               |
| Подготовка к зачёту                                                                                |           |           | 2         | 2         |                               |
| <b>ИТОГО</b>                                                                                       | <b>20</b> | <b>20</b> | <b>32</b> | <b>72</b> |                               |

\* Данная тема изучается с помощью интерактивных методов обучения.

**Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций для заочной формы обучения**

Общая трудоемкость дисциплины по очному обучению составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

**Пояснительная записка  
с этапами формирования компетенций**

Данный модульный курс состоит из 2-х модулей, порядок освоения которых выстраивает траекторию и этапы формирования заявленных компетенций (или их составляющих).

**Модуль 1** «Основы теории гастрономической культуры» включает в себя четыре темы.

В результате прохождения второго модуля студент должен:

- знать историю становления культуры питания, ее компоненты и экстравертные факторы;
- уметь выявлять факторы, влияющие на изменения в культуре питания народов;
- владеть принципами старинного и современного застольного этикета.

По результатам Модуля 1 проводится устный опрос.

**Модуль 2** «Организация гастрономического туризма» включает в себя четыре темы.

В результате прохождения второго модуля студент должен:

-знать роль и значение гастрономического туризма в сохранении традиций и развитии экономике региона; виды гастрономического туризма.

-уметь классифицировать гастрономических туристов и обосновывать потребительскую ценность сервисных продуктов в гастрономическом туризме;

-владеть структурой и спецификой турпродукта в гастрономическом туризме, методами исследования запросов потребителей в сегменте гастрономического туризма; составляющими гастрономического бренда.

По результатам второго модуля проводится письменный опрос.

Уровень освоения полученных знаний, умений и навыков проверяется выполнением письменного задания.

По результатам двух модулей проводится зачет.

## **4.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)**

**Тема 1. Феномен гастрономической культуры.** Культура питания как элемент культурно-исторического процесса. Food studies как самостоятельная ветвь междисциплинарных исследований. Дуальность питания: физиологический и культурный феномен. Компоненты культуры питания: бытовые практики, мифы, традиции и церемонии, праздничная культура, гостеприимство. Экстравертные факторы гастрономической культуры: общение, престиж, статус, самоидентификация. Гастрономическая история, события в художественной культуре прошлого и настоящего. Гастрономический компонент креативных индустрий.

**Тема 2. Исследования культуры питания народов мира и различных социальных групп.** История и современность народов мира как источник исследования культуры питания. Гастрономическое страноведение. Факторы влияния, изменяющие культуру питания. Методология исследования и описания культуры питания для формирования сервисных и туристских программ. Гастрономия как часть нематериального культурного наследия. Культура питания Древнего мира. Культура питания городов Средневековья. Культура питания в эпоху Больших географических открытий. Гастрономическая история Европы XVII-XIX веков. Изменения моделей питания в культуре XX-XXI века. Детское питание как культурный феномен. Диеты в медицине и санаторно-курортной деятельности. Противостояние гастрономических микрокультур (ЗОЖ-питание, веганы, сыроеды, йога-питания и др.). Традиционные гастрономические карты праздников.

**Тема 3. Особенности формирования традиции и культуры питания народов России.** Влияние основных факторов на традиции питания. Периоды формирования русской культуры питания: древнерусский, московский, петровско-екатерининский, период XIX века, советский и постперестроечный. Роль русского очага в формировании быта и традиций питания. Специфические приемы обработки пищевого сырья на Руси, в России. Кулинарный национальный репертуар блюд, история их возникновения. Влияние Франции и других стран на развитие традиций питания. Культура и традиции питания различных сословий на Руси. География питания народов России (продукты, приемы их обработки и культура потребления). Кулинарный колорит различных областей, регионов России. Национальные напитки на Руси: рассолы, квасы, морсы, меды, сбитни, лесные чаи. Традиции и ритуалы русской трапезы. Церемония подачи блюд. Посуда, ее виды, приборы, утварь, белье русского застолья. Старинная и современная сервировка стола. Русский стиль сервировки. Принципы старинного и современного застольного этикета. Посты, их роль в формировании традиций и культуры питания русского народа. Вклад России в мировую культуру питания. Роль напитков в культуре питания. Традиции и культура потребления напитков. Этнические нормы и традиции за столом. Столовые приборы, посуда, аксессуары стола в прошлом и настоящем. Принципы и правила современного этикета.

**Тема 4. Особенности формирования традиции и культуры питания народов Республики Татарстан.** История татарской кухни. Традиции халяль и харам в культуре питания татар. Особенности традиций и культур питания народов Республики Татарстан. Роль традиций в формировании пищевого поведения. Отрасль общественного питания и гостеприимства в Казани. Влияние туризма на перспективы развития сегмента национальной кухни. Национальная кухня в условиях современного производства.

**Тема 5. Основы гастрономического туризма.** Особенности развития туризма в современных условиях. Роль гастрономического туризма в развитии экономики региона. Стейкхолдеры. Выгоды акторов от развития гастрономического туризма в регионе. Гастрономия и список нематериального культурного наследия ЮНЕСКО. Гастрономия как часть культуры. Гастрономический туризм – основа сохранения национальных традиций. Традиции, самосознание местных жителей, роль гастрономии в идентификации жителей территории. Функции гастрономии: престиж, общение, статус, впечатление. Процессы локализации и глобализации в сфере общественного питания, «глокализация». Аутентичность в индустрии общественного питания. Fast food и slow food. «Макдональдизация» и индивидуализация.

**Тема 6. Гастрономический туризм: особенности, классификация, брендинг туристской дестинации.**

Классификация гастрономических туристов. Роль гастрономического туризма в развитии территории. Виды гастрономического туризма. Типология территорий по уровню развития гастрономического туризма. Понятие гастрономического бренда территории. Гастрономический бренд: мультинациональный, национальный, городской. Экстернальные и интернальные бренды. Экспортные и туристские бренды. Особенности брендинга сельскохозяйственных территорий, монопродуктовых городов, мультикультурных территорий.

**Тема 7. Турпродукт гастрономического туризма**

Гастрономическая география и современный туризм. Феномен гастрономического впечатления: вкус, дизайн, церемонии. Культурный компонент гастрономических впечатлений (исторические блюда, этнические блюда и др.). Типология гастрономического туризма: food-туризм (попробовать на вкус), кулинарный (как готовят), ресторанный (как подают), агротехнический (как создают/выращивают), мастер-шеф (как обучают). Виды гастрономического туризма: тематический (по одному из продуктов, напитков), туризм типичной кухни (арктическая кухня, этническая кухня и др.), туризм гастрономических брендов. Экологический подход в гастрономическом туризме. Арт-объекты, скульптура, посвященная гастрономии.

Отличие понятий и технологий «организация питания в туре» и «гастрономический туризм». Структура и специфика турпродукта в гастрономическом туризме. Потребительский запрос гастрономического туризма: аутентичность, креативность, знакомство с местной культурой обычаями, интерактивность. Взаимодействие и действия партнеров по обеспечению качества, безопасности гастрономического тура.

**Тема 8. Событийный гастрономический туризм и гастрономические мастер-классы**

Значение событий в развитии гастрономического туризма. Типология событий гастрономического туризма. Гастрономические фестивали. Гастрономические выставки. Праздничная культура и гастрономический туризм (рождественские, новогодние туры и др.). Гастрономический компонент турпродуктов разных видов туризма. Роль интерактивной составляющей в повышении привлекательности гастрономического тура. Типология интерактивов гастрономического тура. Показы и дегустации как организованная практика. Требования к условиям интерактива по приготовлению блюд. Организация площадки для гастрономического творчества. Сбор компонентов блюда в природе руками

туристов: принципы и приёмы организации. Фуд-фотография как предмет мастер-класса. Проектирование тура с мастер-классом (сценарий, тайминг, обеспечение). Мастер-классы для гидов гастрономического туризма. Общий подход в проектировании и проведении гастрономического мастер-класса. Сервисное сопровождение гастрономического мастер-класса. Гастрономический мастер-класс как выездное мероприятие.

#### **4.3. Планы практических и семинарских занятий**

##### **Тема 2 Исследования культуры питания народов мира и различных социальных групп (2ч.)**

###### ***Вопросы для обсуждения:***

1. История и этапы развития традиций питания.
2. Застолье и традиции народов мира.
3. Традиции питания и их отражение в мировой литературе и живописи.
4. Факторы формирования традиций и культур питания народов мира.
5. Религия – основополагающий фактор формирования традиций и культур питания.
6. Развитие кулинарного искусства в странах Европы.
7. Развитие кулинарного искусства в странах АТР.
8. Развитие кулинарного искусства в странах Африки.
9. Развитие кулинарного искусства в странах Америки.
10. Развитие кулинарного искусства на Кавказе.

###### ***Практические задания:***

***Задание:*** Проведите критический анализ нетрадиционных систем питания: раздельное питание, вегетарианство, сыроедение, питание по группе

##### **Тема 3 Особенности формирования традиции и культуры питания народов России. (2ч.)**

###### ***Вопросы для обсуждения:***

1. Культура и традиции питания славянских народов (Россия, Украина, Белоруссия, Польша, Чехословакия, Болгария).
2. Особенности формирования традиции и культуры питания народов России.

###### ***Практические задания:***

***1. Какие гастрономические мероприятия можете предложить туристам из Китая, для ознакомления с традициями питания русского народа.***

##### **Тема 4. Национальные особенности традиций питания в Республике Татарстан (4ч.).**

###### ***1 занятие:***

###### ***Практические задания:***

***1. Проведите анализ основных факторов, формирующих основу русской/татарской национальных кухонь по плану:***

- экономические особенности страны;
- географическое расположение и климатические условия страны;
- исторические причины;
- религиозные и старинные обычаи;
- набор исходных продуктов и их сочетание;
- характерные способы, приемы и сочетания кулинарной обработки продуктов;
- использование специй, приправ, соусов;
- режимы питания.

2. Какие гастрономические мероприятия можете предложить иностранным туристам, посетившим Республику Татарстан.

**2 занятие:**

**Практические задания:**

А) Предложите интерактивную программу

- «Традиции православной Пасхи» / «Традиции Ураза байрам»
- «Обычаи и обряды празднования «Масленицы» / «Навруз»
- «Традиции русской свадьбы» / «Традиции татарской свадьбы»

Б) Разработать план мероприятий: «Русский самовар» / «Татарское гостеприимство»

**Тема 6. Гастрономический туризм: особенности, классификация, брендинг туристской дестинации (6ч.)**

**1 занятие:**

**Вопросы для обсуждения**

1. Особенности развития гастрономического туризма в условиях экономики впечатлений.
2. Туризм и национальная культура: их взаимосвязь с традициями потребления пищи и питания мира.
3. Отличия гастрономического туризма от других видов туризма.
4. Значимость гастрономического компонента при формировании различных видов туризма.
5. Роль общественного питания в различных видах туризма.
6. Разнообразие подходов к классификации гастрономических туристов.

**2 занятие:**

**Вопросы для обсуждения**

1. Основные акторы сферы гастрономии. Их особенности и влияние на формирование гастрономического бренда территории.

**3 занятие:**

**Вопросы для обсуждения**

1. Гастрономия как часть нематериального культурного наследия.
2. Объекты гастрономии, занесенные в список всемирного нематериального культурного наследия ЮНЕСКО.
3. Особенности процессов глобализации и локализации в сфере гастрономического туризма.
4. Основные современные тенденции развития гастрономического туризма (на примере 1-2 стран).

**Тема 7. Турпродукт гастрономического туризма (4ч.)**

**1.Используя поисковые системы Яндекс и Google, проведите анализ особенностей турпродукта гастрономического туризма (на выбор по странам):**

- оценка потенциала гастрономического туризма;
- производства, которыми славится регион;
- событийные мероприятия гастрономического характера;
- наличие организованных гастро-туров;
- портрет целевого потребителя турпродукта.

**2. Составьте список лучших объектов гастрономического туризма.**

**3. Объекты гастрономии, занесенные в список всемирного нематериального культурного наследия ЮНЕСКО.**

**Тема 8. Событийный гастрономический туризм и Гастрономические мастер-классы**  
**(2 ч.)**

*Вопросы для обсуждения:*

1. Классификация гастрономических событий.
2. Основные тенденции рынка гастрономических событий.
3. Зарубежные и российские гастрономические фестивали - best & worst practices.
4. Влияние фестивалей на развитие территорий.
5. Основные группы стейкхолдеров гастрономического фестиваля.
6. Алгоритм разработки программы гастрономического фестиваля.
7. Особенности работы с сотрудниками гастрономического фестиваля.
8. Особенности работы с аудиторией гастрономического фестиваля.

**Темы для самостоятельного изучения (реферат)**

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на всех занятиях аудиторной формы: лекционные занятия, практические занятия, эффективную самостоятельную работу.

Темы для самостоятельного изучения:

1. Питание -главное условие существования и индикатор образа жизни, поведения, здоровья человека, нации, общества.
2. Место и роль питания среди социальных явлений и процессов.
3. Значение питания для человеческой цивилизации в прошлом и настоящем.
4. Основные компоненты материальной культуры
5. История и этапы развития питания. Традиции потребления продуктов питания в Древнем Риме, в средние века и современном мире.
6. Синтез традиции и новаций в материальной культуре народов мира.
7. Современные взгляды на пищу и питание человека.
8. Историко-философский подход к проблеме формирования традиций и культуры питания.
9. Климато-географические условия -основа формирования традиций и культур питания.
10. Местные природные ресурсы - фактор формирования традиций в питании.
11. Национальные особенности народа (этногенез) -принцип формирования традиции.
12. Влияние культурных и торговых связей на процесс формирования культур и традиций питания.
13. Роль науки в процессе формирования культур питания народов мира.
14. Иноземное влияние на традиции питания.
15. Религия -основополагающий фактор формирования традиций и культуры питания
16. Мировые религии и их влияние на формирование традиций и культур питания народов мира.
17. Христианство, сущность и основные направления: католицизм, протестантизм и православие.
18. Обрядовое питание в православии.
19. Пост в православии и его сущность.
20. Особенности питания в католицизме и протестантизме.
21. Иудаизм, его сущность и основные догматы.
22. Кошерные и трэфные предписания на пищевые продукты.
23. Обрядовое питание в иудаизме.
24. Ислам, базис его учения и основные догматы.
25. Пищевые обряды и традиции питания в исламе.
26. Характеристика пищевых обрядов и традиций питания в исламских праздниках.

27. Индуизм, его сущность и традиции в питании.
28. Буддизм, синтоизм: их сущность и связь с питанием.
29. Формирование традиций и культур питания славянских народов
30. Исторический путь развития традиций питания славянских народов
31. Влияние природных, исторических, социальных, экономических и торговых факторов на формирование традиций питания славян.
32. Развитие традиций питания русского народа в период
33. Роль русского очага в формировании быта, традиций питания.
34. Пищевое сырье, специфические приемы его обработки в России.

### **Краткие методические указания:**

Реферат рассматривается как конечный продукт, получаемый в результате выполнения исследовательского задания, позволяющий оценить умения студента самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения исследовательской задачи,

ориентироваться в информационном пространстве; уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления.

Студенту предлагается из представленного списка тематики рефератов выбрать одну тему и раскрыть результаты исследуемой проблемы. Реферат предоставляется преподавателю на проверку согласно графику защит, установленного преподавателей в начале изучения дисциплины. Объем реферата 15-20 стр.

### **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

#### ***Основная литература:***

1. Донченко, Л. В. Национальные кулинарные традиции: история продуктов питания: учебное пособие для вузов / Л. В. Донченко, В. Д. Надыкта. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 349 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15335-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/538085>.

2. Пасько, О. В. Технология продукции общественного питания за рубежом: учебное пособие для вузов / О. В. Пасько, Н. В. Бураковская. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 179 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07286-0. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/538547>

3. Пасько, О. В. Технология продукции общественного питания. Лабораторный практикум: учебное пособие для вузов / О. В. Пасько, О. В. Автюхова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 268 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07125-2. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/538580>

#### ***Дополнительная литература:***

4. Пасько, О. В. Технология продукции общественного питания: учебник для среднего профессионального образования / О. В. Пасько, Н. В. Бураковская, О. В. Автюхова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 220 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-17180-8. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/538302>.

5. Донченко, Л. В. Национальные кулинарные традиции: история продуктов питания: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. В. Донченко, В. Д. Надыкта. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 349 с. – (Профессиональное образование). – ISBN 978-5-534-15571-6. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/540865>

6. Сущинская, М. Д. Культурный туризм: учебное пособие для вузов / М. Д. Сущинская. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 157 с. –

(Высшее образование). – ISBN 978-5-534-07374-4. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/538349>

**Интернет-ресурсы, информационные справочные системы и профессиональные базы данных:**

1. Электронно-библиотечная система «IPRbooks». Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Образовательная платформа «Юрайт». Режим доступа: <https://urait.ru>.
3. Государственный комитет по туризму РТ. Режим доступа: <http://tourism.tatarstan.ru>.
4. Ресторанный бизнес, гостиничный бизнес, всё для ресторатора. Режим доступа: [www.hotres.ru](http://www.hotres.ru).
5. Ассоциация отельеров РТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aokrt.ru>.
6. Информационно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru>.
7. Основы ресторанного бизнеса - [www.prorestoran.com](http://www.prorestoran.com).

**7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, специализированные лаборатории (в соответствии с Реестром материально-технического обеспечения аудиторного фонда Университета управления «ТИСБИ»).

**8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине**

Для оценки компетентности рекомендуется использовать рейтинговую систему знаний, умений и навыков студента по окончанию изучения каждого Модуля в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации образовательного процесса. Итоговая оценка (в баллах) складывается из баллов, набранных по каждому Модулю (семестровая оценка) и баллов, набранных, непосредственно на экзамене.

Расчет набранных баллов по дисциплине осуществляется в следующей последовательности:

$$C = \frac{M_1 + M_2 + \dots + M_n}{n} \times 0,6, \text{ где } M - \text{ количество баллов по модулю; } n - \text{ количество}$$

модулей

$$З = K \times 0,4, \text{ где } K - \text{ количество баллов на экзамене (зачете);}$$

$$И = C + З + П, \text{ где } П - \text{ поощрительные баллы (от 1 до 5).}$$

Уровень сформированности компетенций и их основные признаки оцениваются по следующим таблицам:

### Оценка уровня сформированности компетенции

#### ПК-12. Способен разрабатывать и реализовывать стратегии развития объектов гастротуризма в части дисциплины «Основы гастрономического туризма»

| №<br>п/п | Уровни<br>сформированности<br>компетенции                                                                                                                                           | Основные признаки уровня                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Инструменты оценки<br>сформированности<br>уровня                             |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| 1        | 2                                                                                                                                                                                   | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 4                                                                            |
| 1        | <b>Пороговый уровень<br/>(как минимально<br/>допустимый)</b> (обязательный<br>для всех студентов-<br>выпускников вуза по<br>завершении освоения<br>ОПОП ВО)<br>(от 60 до 70 баллов) | ПК-12.3 3.6 Знает принципы продвижения специализированных туристских продуктов<br>ПК-12.3 У.7 Умеет проводить поиск актуальной информации в сегменте спроса на разные виды питания и связанные с ними досуговые программ<br>ПК-12.3 У.8 Умеет обосновывать потребительскую ценность сервисных продуктов в гастрономическом туризме<br>ПК-12.3 В.5 Владеет методами исследования запросов потребителей в сегменте гастрономического туризма<br>ПК-12.3 В.6 Владеет методами продвижения сервисного продукта в гастрономическом туризме | Выступление на семинаре<br>Практические задания<br>Тестовые задания<br>Зачет |
| 2        | <b>Базовый уровень<br/>(относительно порогового<br/>уровня)</b><br>(От 71 до 85 баллов)                                                                                             | ПК-12.3 3.6 Знает принципы продвижения специализированных туристских продуктов<br>ПК-12.3 У.7 Умеет проводить поиск актуальной информации в сегменте спроса на разные виды питания и связанные с ними досуговые программ<br>ПК-12.3 У.8 Умеет обосновывать потребительскую ценность сервисных продуктов в гастрономическом туризме<br>ПК-12.3 В.5 Владеет методами исследования запросов потребителей в сегменте гастрономического туризма<br>ПК-12.3 В.6 Владеет методами продвижения сервисного продукта в гастрономическом туризме | Выступление на семинаре<br>Практические задания<br>Тестовые задания<br>Зачет |
| 3        | <b>Повышенный уровень<br/>(относительно порогового<br/>уровня)</b><br>(От 86 до 100 баллов)                                                                                         | ПК-12.3 3.6 Знает принципы продвижения специализированных туристских продуктов<br>ПК-12.3 У.7 Умеет проводить поиск актуальной информации в сегменте спроса на разные виды питания и связанные с ними досуговые программ                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Выступление на семинаре<br>Практические задания<br>Тестовые задания<br>Зачет |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | ПК-12.3 У.8 Умеет обосновывать потребительскую ценность сервисных продуктов в гастрономическом туризме<br>ПК-12.3 В.5 Владеет методами исследования запросов потребителей в сегменте гастрономического туризма<br>ПК-12.3 В.6 Владеет методами продвижения сервисного продукта в гастрономическом туризме |  |
|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

**Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины**

Студентам на первом занятии необходимо ознакомиться с Рабочей программой дисциплины, где прописаны цели, задачи и трудоемкость дисциплины. Перед началом изучения дисциплины необходимо повторить учебный материал обеспечивающих учебных дисциплин предшествующих курсов, которые дают основу для изучения дисциплины «Основы гастрономического туризма», а именно: «История», «Русский язык и культура речи», «Сервисная деятельность», «Методы научных исследований».

Затем необходимо ознакомиться с порядком изучения дисциплины, т.е. модульно-тематическим планом и пояснительной запиской с указанием этапов формирования заявленных компетенций.

И, наконец, ознакомиться с порядком оценивания результатов обучения, для чего необходимо изучить следующие документы: Положение о модульно-рейтинговой системе оценивания и Принципы оценки уровня знаний, умений и навыков (характеристика ответа).

Студент должен внимательно изучить перечень основной (дополнительной) литературы и взять необходимые учебники в библиотеке.

При подготовке к семинарскому занятию необходимо уточнить план проведения занятий, подготовить необходимую документацию. Практические занятия проводятся после лекционного изучения темы. Решение задач, приведенных в программе учебной дисциплины обязательно.

При изучении данного курса преподавателем используются интерактивные методы обучения, что помогает эффективнее сформировать заявленные компетенции.

Интерактивные формы обучения обеспечивают высокую мотивацию, прочность знаний, творчество, коммуникабельность, командный дух, ценность индивидуальности, свободу самовыражения, акцент на деятельность, взаимоуважение и демократичность.

**УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»**

---

Кафедра социально-культурного сервиса и туризма

Фонд оценочных средств  
для проведения текущей и промежуточной  
аттестации по дисциплине:  
«Основы гастрономического туризма»

направление подготовки: 43.03.02 Туризм

профиль подготовки: управление объектами гостротуризма

Казань

## Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля
  - 2.1 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля.
    - 2.1.1 Выступление на семинаре
    - 2.1.2 Практическое задание
    - 2.1.3 Тестовые задания
  - 2.2 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля.
    - 2.2.1 Фонд оценочных средств для проверки знаний и умений (вопросы к зачету)
    - 2.2.2 Фонд оценочных средств для проверки знаний, умений и навыков (задачи к зачету)

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

| <div> <div>Формы контроля</div> <div>Формируемые компетенции и их индикаторы</div> </div> | ПК-12                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|                                                                                           | ПК-12.3                 |
| <b>Формы текущего контроля</b>                                                            |                         |
| выступление на семинаре                                                                   | З-6, У-7, У-8, В-5, В-6 |
| практическое задание                                                                      | У-8, В-5, В-6           |
| Тестовые задания                                                                          | В-6                     |
| <b>Формы промежуточного контроля</b>                                                      |                         |
| зачет                                                                                     | З-6, У-7, У-8, В-5, В-6 |

З – знания, У – умения, В – владение навыками

### 2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля

#### 2.1 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля знаний, умений и навыков

##### 2.1.1. Выступление на семинаре

Выступление на семинаре является формой контроля для оценки уровня освоения компетенций, применяемой на семинарских занятиях. Выступление на семинаре может проводиться с использованием форм устного опроса, обсуждения докладов, эссе, выполненных индивидуальных заданий и проблемных вопросов. Выступление на семинаре, таким образом, включает обязательную для всех студентов оценку текущего контроля знаний в виде устного опроса, а также выступление студентов по проблемным вопросам организации денежно-кредитных отношений.

##### Примерные вопросы к семинарским занятиям

Вопросы к семинарам включают оценку закрепления материала, пройденного на лекциях, а также вопросы, направленные на выявление уровня понимания студентом основ гастрономического туризма.

Вопросы на проверку знаний:

1. Особенности развития гастрономического туризма в условиях экономики впечатлений.
2. Отличия гастрономического туризма от других видов туризма.
3. Основные акторы сферы гастрономии. Их особенности и влияние на формирование гастрономического бренда территории.
4. Разнообразие подходов к классификации гастрономических туристов.
5. Гастрономия как часть нематериального культурного наследия.
6. Объекты гастрономии, занесенные в список всемирного нематериального культурного наследия ЮНЕСКО.
7. Особенности процессов глобализации и локализации в сфере гастрономического туризма.
14. Взаимосвязь общественного питания и туризма.
15. Взаимосвязь общественного питания и сельского туризма.
16. Значимость гастрономического компонента при формировании различных видов туризма.
17. Роль общественного питания в различных видах туризма.
18. Общественное питание как элемент культурного и познавательного туризма.
19. Что такое гастрономический туризм.
20. Основные современные тенденции развития гастрономического туризма (на примере 1-2 стран).
21. Влияние гастрономии на экономическое развитие территории.

22. Гастрономический бренд территории.
23. Мультинациональный, национальный и городской гастрономические бренды.
24. Что такое экстерналии и интерналии гастрономических брендов.
25. Различие экспортных и туристских гастрономических брендов.
26. Особенности брендинга сельскохозяйственных территорий, монопродуктовых городов, мультикультурных территорий.
27. Роль общественного питания в организации культурных событий.
28. Классификация гастрономических событий.
29. Основные тенденции рынка гастрономических событий.
30. Зарубежные и российские гастрономические фестивали - best & worst practices.
31. Влияние фестивалей на развитие территорий.
32. Основные группы стейкхолдеров гастрономического фестиваля.
33. Алгоритм разработки программы гастрономического фестиваля.
34. Особенности работы с сотрудниками гастрономического фестиваля.
35. Особенности работы с аудиторией гастрономического фестиваля.
36. Особенности функционирования ресторана в условиях экономики впечатлений.

#### **Критерии оценивания выступления на семинаре**

| Результат                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Балл     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Демонстрирует полное понимание поставленного вопроса, логично и последовательно отвечает на вопрос. Дает развернутый ответ с практическими примерами                                                                                                                                                                      | 90-100   |
| Дает полный и логически правильный ответ на вопрос, но сформулировать примеры по рассматриваемому вопросу не может                                                                                                                                                                                                        | 80-90    |
| Демонстрирует частичное понимание сути вопроса, способен охарактеризовать суть организации технологического процесса.                                                                                                                                                                                                     | 60-79    |
| Способен сформулировать определения терминов, привести примеры организационных структур, основных и вспомогательных служб гостиничного предприятия, основные и дополнительные виды услуг, перечислить виды гостиничного продукта, но не владеет технологическими особенностями организации процессов обслуживания гостей. | Менее 60 |

#### **2.1.2. Практическое задание**

1. Разработка гастрономического тура для иностранных туристов

Вопросы, подлежащие разработке (исследованию):

- изучить особенности гастрономического туризма
- исследовать современное состояние гастрономического туризма в мире и России
- определить туристские гастрономические ресурсы Республики Татарстан
- провести анализ спроса на гастрономический туристский продукт потенциальных туристов
- установить целевую аудиторию тура
- исследовать рынок предложений турфирм, туристских дестинаций
- разработать гастрономический туристский продукт

#### **Критерии оценки практического задания**

| Критерии оценивания                                                                             | Баллы |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Глубина и степень проработанности задания                                                       | 20    |
| Соответствие способа развертывания содержания в задании поставленному основополагающему вопросу | 20    |

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Четкость структурирования информации                                               | 10 |
| Доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, вывод | 10 |
| Привлечение знаний из других областей                                              | 10 |
| Убедительность и яркость представления проекта                                     | 10 |
| Эстетика оформления результатов проведенного проекта                               | 10 |
| Формы представления результата задания                                             | 10 |

| Уровень выполнения задания | Итоговый балл |
|----------------------------|---------------|
| высокий                    | 80-100        |
| выше среднего              | 70-79         |
| средний                    | 60-69         |
| низкий                     | Менее 60      |

### 1.1.3. Тестовые задания

#### Тестовое задание 1

1. Роль гастрономического туризма в развитии экономики региона (отметьте верный ответ)

- a) имеет значительное влияние
- b) не имеет никакого влияния
- c) может рассматриваться только при высоких доходах, получаемых от данного вида туризма
- d) никем никогда не рассматривалась

2. Стэйкхолдер – это (отметьте верный ответ):

- a) одно из физических или юридических лиц, заинтересованных в финансовых и иных результатах проекта
- b) физическое лицо, осуществляющее руководство определенным подразделением компании
- c) физическое лицо, осуществляющее разработку проекта в сфере гастрономического туризма
- d) верный ответ отсутствует

3. «Нематериальное культурное наследие» означает (отметьте верный ответ):

- a) обычаи, формы представления и выражения, знания и навыки, а также связанные с ними инструменты, предметы, артефакты и культурные пространства, признанные сообществами, группами и, в некоторых случаях, отдельными лицами в качестве части их культурного наследия.
- b) результат исследований компаний, предшествующих инвестированию
- c) все, что может быть предложено для удовлетворения человеческих потребностей или нужд
- d) название экскурсионных поездок

4. Функции гастрономии - это (отметьте верный ответ):

- a) престиж, общение, статус, впечатление
- b) исключительно престиж и общение
- c) удовлетворение потребности организма в получении питательных веществ
- d) насыщение организма продуктами питания

5. Глокализация – это (отметьте верный ответ):

- a) диалектический процесс взаимодействия локального и глобального; это не только смещение глобальных процессов на уровень локальных, но и выход локальных процессов на глобальный уровень
- b) общее управление изменениями
- c) способность товара конкурировать на мировом рынке

d) деятельность по объединению усилий производителя и посредника на основе представления предприятием-производителем права использования своей торговой марки юридически независимому посреднику

6. Виды гастрономического туризма (отметьте верный ответ)

- a) сельский и городской
- b) морской и сухопутный
- c) платный и бесплатный
- d) традиционный и нетрадиционный

7. Обобщенно гастрономический туризм имеет следующие основные направления (выберите верные ответы):

- a) гастрономический тур по сельской местности,
- b) ресторанный тур
- c) образовательный тур
- d) экологический тур
- e) событийный тур
- f) комбинированный тур

8. Гастрономический тур позволяет (выберите верные ответы):

- a) исключить понятие сезонности для путешествий
- b) узнать туристу о повседневной жизни, истории и культуре страны намного больше, чем в классическом экскурсионном путешествии
- c) туристу посетить местные рынки, винодельни, пивоварни, небольшие фермы и производства; продегустировать известные (и не очень) национальные продукты, а также вина и другие традиционные напитки
- d) принять участие туристу в кулинарных мастер-классах с профессиональными шеф-поварами и с радушными хозяевами собственных хозяйств и угодий

9. Гастрономический турист – это (отметьте верные ответы)

- a) профессиональные шеф-повара
- b) корпоративные клиенты
- c) семьи с детьми
- d) истинные гурманы
- e) представители туркомпаний

10. К составляющим гастрономического бренда можно отнести (отметьте верные ответы):

- a) хорошо развитая сфера гастрономии
- b) энергичное гастрономическое сообщество с традиционными ресторанами и поварами
- c) местные ингредиенты, используемые в традиционной кухне
- d) местное ноу-хау в кулинарии
- e) традиционные продовольственные рынки и пищевая промышленность
- f) гастрономические фестивали, награды, конкурсы
- g) уважение к окружающей среде
- h) продвижение гастрономии в образовательные учреждения

11. Аппетитивность – это (отметьте верный ответ):

- a) свойство объекта привлекать, притягивать к себе внимание, вызывать интерес, заинтересовывать
- b) свойство объекта становиться не интересным для кого бы то ни было
- c) планирование качества организации и взаимодействия туркомпаний
- d) принцип предельной эффективности проекта в гостротуризме

12. Сотрудниками гастрономического фестиваля могут быть: (отметьте верный ответ):

- a) штатные сотрудники, волонтеры, временные сотрудники
- b) только штатные сотрудники компании-организатора фестиваля
- c) штатные сотрудники, волонтеры, временные сотрудники и гости фестиваля
- d) волонтеры и гости фестиваля

13. К отличительным особенностям гастрономического туризма можно отнести следующие факторы (отметьте верные ответы):

- a) условия для развития кулинарного туризма имеют абсолютно все страны
- b) гастрономический туризм не носит характер сезонного отдыха
- c) в отличие от других видов туризма знакомство с национальной кухней становится главным мотивом, целью и основным элементом гастрономического путешествия
- d) продвижение местных хозяйств и производителей продовольственных товаров является неотъемлемой частью любого гастрономического тура

14. Гастрономический туризм – это (отметьте верные ответы):

- a) поездка с целью ознакомления с национальной кухней страны
- b) поездка с целью ознакомления с особенностями производства и приготовления продуктов и блюд
- c) поездка с целью ознакомления с обучением и повышения уровня профессиональных знаний
- d) специально подобранная программа кулинарного отдыха, включающая дегустацию блюд и напитков, ознакомление с технологией и процессом их приготовления а также обучение у профессиональных поваров.

15. Актор – это (выберите верный ответ):

- a) участник преобразований, движимый собственными мотивами и обладающий для этого соответствующим опытом
- b) представитель компании, осуществляющей для гостей развлекательную программу
- c) метод, используемый для разработки возможных вариантов реализации гастрономического тура
- d) верный ответ отсутствует

**Тестовое задание 2** по теме «Гастрономический брендинг как технология продвижения туристской дестинации»

1. «Туристская дестинация это...».

- A) повышение конкурентоспособности городов, областей, регионов с целью привлечения туристов, инвесторов для завоевания внешних рынков.
- Б) стратегия развития муниципального образования, а также отсутствие удобного и надежного инструментария
- В) территория со всевозможными удобствами, услугами, для обеспечения всех нужд туристов, и средства обслуживания

Эталон: В

2. Впишите недостающие слова в определении «Дестинация – \_\_\_\_\_ пространство, в котором посетитель проводит время, по крайней мере, с одной ночевкой, оно включает продукты, услуги, \_\_\_\_\_ и туристские \_\_\_\_\_ в пределах одного дня путешествия».

Эталон: физическое, туристские, аттракции, ресурсы \_\_\_\_\_

3. Выберите несколько правильных вариантов ответа

«Дестинацией может являться ...».

- A) Город
- Б) Регион
- В) Огороженная территория
- Г) Целая страна

Эталон: А, Б, Г

4. Рейтинг национальных брендов оценивается по параметрам

- A) Расположение дестинации
- Б) Экспорт
- В) Туризм

- Г) Управление
  - Д) Культурное наследие
  - Е) Туристские аттракции
  - Д) Инвестиции и миграция
  - Ж) Люди
- Эталон: Б, В, Г, Д, Е, Д

5. Выберите один правильный вариант ответа

«Комплекс представлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик, мнений о продукте либо об услуге в сознании потребителя это....»

- А) Маркетинговая стратегия
- Б) Бренд
- В) Элементы фирменного стиля

Эталон: Б

6. Кому из маркетологов принадлежит данное определение: «бренд – это комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя

- А) Щепакин М. Б
- Б) Завьялов П. С
- В) Сафарян А. А

Эталон: Б

7. Кто впервые ввел термин «брендинг территорий»

- А) Пол Фелдвиг
- Б) Чарльз Петтис
- В) Саймон Анхольт

Эталон: В

8. Впишите недостающее слово

«Процесс формирования имиджа территории в течении длительного периода через образование добавочной ценности, эмоционального либо рационального «обещания» торговой марки либо немарочного продукта, делающего его более привлекательным для конечного потребителя, а так же продвижение торговой марки на рынке это \_\_\_\_\_».

Эталон: брендинг

9. «Объект социально-экономико-географического регионального масштаба, кроме этого применяется и к масштабу города и к масштабу страны и даже к локальной группе стран это \_\_\_\_\_».

Эталон: дестинация

10. Выберите один вариант ответа

«Конкурентные преимущества по сравнению с другими городами, в первую очередь это качество и доступность городских услуг (инфраструктура, общественные блага, товары и услуги городских предприятий и организаций) это ... ценности»

- А) личные
- Б) функциональные
- В) социальные

Эталон: б

11. Выберите один вариант ответа «Поездка по континентам и странам для ознакомления с особенностями местных кухонь, кулинарными обычаями, а так же с целью отведать уникальные для приезжего человека блюда или продукты это...

- А) Оздоровительный туризм  
 Б) Гастрономический туризм  
 Г) Аграрный туризм  
 Эталон: Б

12. Установите соответствие:

|                            |                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| А) Функциональные ценности | 1. Конкурентные преимущества по сравнению с другими городами, которые предоставляет экономика города своим «потребителям» для удовлетворения их потребностей. В первую очередь, это касается качества и доступности городских услуг |
| Б) Социальные ценности     | 2. Для жителей и гостей города в разных случаях это могут быть радость, удовольствие, ирония, ностальгия, удивление, уважение к местным традициям и т.д                                                                             |
| В) Эмоциональные ценности  | 3. Личные преимущества, приобретения, блага, которые может предоставить город своим «потребителям». Стимулируется познавательным и образовательным туризмом.                                                                        |

Эталон: А-1, Б-3, В-1

13. Впишите недостающие слова

«Элементами фирменного стиля являются: \_\_\_\_\_ продукта, \_\_\_\_\_, товарный знак, знак обслуживания, фирменное \_\_\_\_\_, фирменные цвета, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_ и света спецодежды сотрудников предприятия, а также иные объекты интеллектуальной собственности, принадлежащие организации».

Эталон: название, наименование, слоган, стиль.

14. Выберите один НЕ правильный вариант ответа

«Город, представляет собой сложный организм, который может быть описан как:

А) территория, население которого составляет не менее 30000 людей, с Развитой инфраструктурой, и достопримечательностями, которые могут Привлечь не только туристов, но и инвесторов.

Б) область, которая определяется четкими географическими границами, и наделена определенными природными характеристиками.

В) среда, которая формируется человеком, который создает

Инфраструктуру, здания и корректирует расположение улиц, площадей, общественных и открытых пространств.

Эталон: а

15. Установите соответствие.

«Рейтинг национальных брендов, в котором национальные бренды оцениваются по следующим параметрам

| Параметры  | Понятия                                                                                                                                         |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| А) Экспорт | 1. Измеряет репутацию населения в таких областях, как знания, образование, дружелюбие, а также восприятие уровня гостеприимства и дискриминации |

|                                   |                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Б) Управление                     | 2. Измеряет интерес туристов к посещению страны и привлекательность туристских достопримечательностей.                                                              |
| В) Культура и культурное наследие | 3. Определяется имидж продуктов и услуг в каждой стране, а так же степень интереса покупателя, с которой они ищут или избегают продуктов производства данной страны |
| Г) Люди                           | 4. Исследуется общественное мнение о правительстве страны, характеризуется индивидуальное представление граждан о правительстве, и взгляды на глобальные вопросы    |
| Д) Туризм                         | 5. Демонстрирует восприятие экономической и социальной ситуации в стране, исследует степень привлекательности страны для проживания, для работы и учебы.            |
| Е) Инвестиции и миграция          | 6. Включает восприятие наследия каждой страны и оценку уровня современной культуры, в том числе кинематографа, живописи, литературы                                 |

Эталон: А – 3, Б – 4, В – 6, Г – 1, Д – 2, Е – 5

16. Выберите один вариант ответа

«Гастрономический туризм – это...»

А) Поездка, с целью ознакомления с особенностями местных кухонь, кулинарными обычаями, а также, с целью отведать уникальные для приезжего человека блюда или продукт.

Б) Путешествия к относительно неискаженным или незагрязненным областям с уникальными природными объектами. Это природный туризм, который включает изучение окружающей природной среды и служит для улучшения обстановки в этой среде

В) Получение туристами за собственные или корпоративные средства комплекса лечебно-диагностических, реабилитационных, профилактических и рекреационных услуг, предоставляемых в местностях, отличных от места их постоянного проживания и располагающих необходимыми для этого природными, материальными и людскими ресурсами с целью предотвращения заболеваний или реабилитации лечения различной патологии

Эталон: А.

17. Выберите один НЕ правильный вариант ответа

Типы гастрономического туризма

А) Сельский туризм

Б) Городской туризм

В) Деревенский туризм

Эталон: В

18. Впишите недостающие слова

«Фестиваль – это \_\_\_\_\_ мероприятие, которое проводится в честь какого-то лица или события, на нем демонстрируются различные \_\_\_\_\_. Праздник, который собирает в определенном месте множество мероприятий, объединенных общими \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_, идеями и стремлениями.  
Эталон: массовое, достижения, интересами и увлечениями.

19. Выберите один правильный вариант ответа

«Высказывание «брендинг территорий – стратегия увеличения потенциальных и региональных возможностей территориальных образований с целью захвата внешних рынков, создания условий для инвесторов, туристов, новых жителей и переселенцев» принадлежит:

- А) Чарльзу Петтису
- Б) Афанасьеву О. Е.
- В) Кирьяновой Л. Г

Эталон: б.

20. Выберите несколько вариантов ответа

«Формирование бренда проходит этапы:

- А) Разработка концепции бренда: выявление основной цели создания бренда, оценка предпосылок.
- Б) Поиск и укладка в гармоничный мозаичный рисунок всех тех символов, идей и ценностей, через которые будет интерпретироваться городская идентичность, переводиться на язык и знаки, понятные и привлекательные для целевых аудиторий.
- В) Визуализация бренда: все отличительные признаки должны быть наглядными, легко узнаваемыми.
- Г) Анализ потенциала бренда и целевого рынка. Кроме того, следует учитывать сильные стороны данного региона, выявить уникальные характеристики, например, известный человек, родившийся в данном городе, свои природные объекты, памятники культуры, музейные экспозиции или редкие природные условия.

Эталон: А, В, Г

21. Допишите определения:

«Бренд – это \_\_\_\_\_ и одновременно гарантия хорошей работы».

Эталон: узнаваемый и надежный символ происхождения

22. Допишите определения: «общий замысел бренда – это концепция бренда города, которая разрабатывается, \_\_\_\_\_».

Эталон: основываясь на анализе городской идентичности

23. Выберите правильный вариант ответа:

«Сильным фактором, оказывающим влияние на социальные, экономические и культурные процессы, способствующим их развитию является

- А) Бренддинг
- Б) Успешный бренд
- Г) Реклама

Эталон: Б

24. Вставьте пропущенные слова:

«Целью брендинга так же выступает в стремлении родать продукт \_\_\_\_\_, поэтому, посещая брендированную территорию,

человек готов заплатить сумму больше, потому что данная территория имеет сформировавшийся бренд, что автоматически повышает его статус.

Эталон: дороже, его стоимости

25. Установите соответствие:

| Стратегии развития         | Определения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| А) «Город для...»          | 1. Основанием для создания бренда выступает историческая личность или событие, значимое на мировом горизонте развития, и дифференцирующая, таким образом, город. Ориентирована на туристов.                                                                                                                                                                    |
| Б) «Многоликое единство»   | 2. Основанием является структура экономики, дифференциатором – специфические возможности самореализации. Стратегия направлена на несколько целевых групп. Представляет собой позиционирования города как центра возможности реализации как жителя, так и инвестора.                                                                                            |
| В) «Город с историей...»   | 3. Целевой сегмент, как дифференциатор и его потребности, как основание стратегии брендинга, Проведение исследования качества жизни в городах для этих социальных групп.                                                                                                                                                                                       |
| Г) «Город возможностей...» | 4. Основанием является ассоциирование города с крупным, значимым событием, дифференциатором – фактическое наличие данного события. Представляет собой стратегию ко-брендинга. Стратегия кобрендинга, помимо сохранения общей целостности коммуникаций бренда, предполагает еще и получение территорией дополнительных выгод от присоединения к сильному бренду |
| Д) «Ко-брендинг...»        | 5. Множество возможностей, как дифференциатор, высокие темпы развития новых для городской экономики отраслей, как основание. Разработки стратегии социально-экономического развития со ставкой на отрасли, которые обеспечивают высокие, по сравнению с конкурентами, темп роста и диверсификации.                                                             |

Эталон: А – 3, Б – 5, В – 1, Г – 2, Д – 4

**Критерии оценивания тестирования**  
**Критерии оценивания результатов тестирования**

| <b>Характеристика ответа</b>                                               | <b>баллы</b>    |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 96-100% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста   | <b>100-96</b>   |
| 91-95% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста    | <b>95-91</b>    |
| 86-90% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста    | <b>90-86</b>    |
| 81-85% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста    | <b>85-81</b>    |
| 76-80% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста    | <b>80-76</b>    |
| 71-75% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста    | <b>75-71</b>    |
| 66-70% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста    | <b>70-66</b>    |
| 61-65% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста    | <b>65-61</b>    |
| 60 % правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста      | <b>60</b>       |
| Менее 60% правильных ответов от общего количества ответов на вопросы теста | <b>Менее 60</b> |

## **2.2. Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля**

### **2.2.1. Фонд оценочных средств для проверки знаний/умений (вопросы к зачету)**

#### **Примерный список вопросов к зачету**

1. Объясните, в чем состоят особенности развития гастрономического туризма в условиях экономики впечатлений?
2. В чем состоят отличия гастрономического туризма от других видов туризма?
3. Назовите основных акторов сферы гастрономии. Опишите их особенности, влияние на формирование гастрономического бренда территории.
4. Назовите несколько подходов к классификации гастрономических туристов.
5. Объясните, почему гастрономия понимается как часть нематериального культурного наследия. Какие объекты гастрономии занесены в список всемирного нематериального культурного наследия ЮНЕСКО?
6. В чем состоят особенности процессов глобализации и локализации в сфере гастрономического туризма?
7. Опишите, что означает термин «глокализация» применительно к гастрономии?
8. Как влияет на развитие сферы общественного питания тенденция возрастания интереса потребителя к аутентичным товарам и услугам?
9. Поясните как возник и что означает термин slow food.
10. Как сочетается в сфере гастрономии стандартизации процессов и креативность?
11. Как вы понимаете термин макдональдизация применительно к общественному питанию? Какие тенденции являются противоположно направленными по отношению к макдональдизации?
12. В чем состоит взаимосвязь общественного питания и туризма?
13. Какова значимость гастрономического компонента при формировании различных видов туризма?
14. Опишите роль общественного питания в различных видах туризма.
15. Объясните почему общественное питание можно назвать элементом культурного и познавательного туризма.
16. Что такое гастрономический туризм?
17. Каковы основные современные тенденции развития гастрономического туризма?
18. В чем состоит влияние гастрономии на экономическое развитие территории?

19. Поясните понятие гастрономический бренд территории.
20. Как вы понимаете мультинациональный, национальный, городской гастрономические бренды.
21. Что такое экстерналии и интерналии гастрономические бренды?
22. В чем состоит различие экспортных и туристских гастрономических брендов?
23. Опишите особенности брендинга сельскохозяйственных территорий, монопродуктовых городов, мультикультурных территорий.
24. В чем состоит роль общественного питания в организации культурных событий?
25. Приведите классификацию гастрономических событий.
26. Назовите и подробно расскажите об основных тенденциях рынка гастрономических событий.
27. Приведите примеры best & worst practices зарубежных и российских гастрономических фестивалей.
28. Какое влияние оказывают фестивали на развитие территории?
29. Назовите основные группы стейкхолдеров гастрономического фестиваля.
30. Опишите алгоритм разработки программы гастрономического фестиваля.
31. В чем состоят особенности работа с сотрудниками гастрономического фестиваля: штатные сотрудники, волонтеры, временные сотрудники.
32. Назовите особенности работы с аудиторией гастрономического фестиваля.
33. В чем состоят особенности функционирования ресторана в условиях экономики впечатлений.
34. Что такое концептуальный ресторан? Приведите примеры best & worst practices.
35. Назовите основные и дополнительные услуги ресторана.

### 2.2.2. Фонд оценочных средств для проверки умений/навыков (задачи к зачету)

#### Примерные практические задания к зачету:

**Задание:** Составить меню для туристов из республик Российской Федерации с учетом национальностей народов и их традиций (по отдельным республикам – Адыгея, Алтай, Башкортостан, Бурятия, Дагестан, Ингушетия, Кабардино-Балкарская, Калмыкия, Карачаево-Черкесская, Карелия, Коми, Крым, Марий-Эл, Мордовия, Якутия, Северная Осетия, Татарстан, Тыва, Удмуртия, Хакасия, Чеченская, Чувашская).

Перед занятием студенты должны самостоятельно изучить по учебникам и учебным пособиям, а также по другим, доступным им источникам (включая ИНТЕРНЕТ) вопросы, выносимые на занятие и быть готовыми к их обсуждению в режиме свободной дискуссии.

#### Вопросы для самопроверки

1. Назовите факторы, которые оказали влияние на формирование русской и других славянских кухонь.
2. Какое влияние оказывает религия на режим питания славян.
3. Какие национальные супы в русской, белорусской и украинской кухнях.
4. Каким видам хлеба отдают предпочтения в славянских кухнях.

#### Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам зачета

| Характеристика ответа | Европейская оценка | Рубежные баллы | Зачет\незачет | Уровень сформированности компетенции |
|-----------------------|--------------------|----------------|---------------|--------------------------------------|
|                       |                    |                |               |                                      |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |   |        |         |                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--------|---------|-------------------------------------------------|
| <p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном ориентировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. При ответе студент демонстрирует применение знаний к реальным профессиональным ситуациям. При этом студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания и правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.</p> | A | 100-96 | зачтено | Повышенный уровень сформированности компетенций |
| <p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный теоретический вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.</p>                                                                                                                                                                        | A | 95-91  | зачтено |                                                 |
| <p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | A | 90-86  | зачтено |                                                 |
| <p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | B | 85-81  | зачтено | Базовый уровень сформированности компетенций    |
| <p>Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Ответы на дополнительные вопросы логичны, изложены в терминах науки, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | C | 80-76  | зачтено |                                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |   |          |         |                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|----------|---------|------------------------------------------------|
| Студент демонстрирует достаточные теоретические и практические знания. Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий или решении практической задачи, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.                                                                                                           | C | 75-71    | зачтено | Пороговый уровень сформированности компетенций |
| Дан недостаточно полный и развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Студент испытывает затруднения при выполнении практической задачи и не может связать теорию с практикой. | D | 70-66    | зачтено |                                                |
| Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Испытывает затруднения при выполнении практических задач. Речевое оформление требует поправок, коррекции.                                                                                       | E | 65-61    | зачтено |                                                |
| Дан неполный ответ. Присутствует нелогичность изложения. Студент затрудняется с доказательностью. Масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений. В ответе отсутствуют выводы. Речь неграмотна. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя                                                                                                                                                                                                   | E | 60       | зачтено |                                                |
| Студент испытывает значительные трудности в ответе на вопросы зачета. Присутствует масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов. Речь неграмотна. На дополнительные вопросы студент не отвечает.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | F | Менее 60 | незачет | Компетенции не сформированы                    |