

Provkonstruktion

Årskurs: Gymnasiet

Ämne eller kurs: Reseproduktion och försäljning

Tema: Introduktion till reseproduktion

Syfte

Syftet med provet är att bedöma elevernas kunskaper om reseproduktionsprocessen, dess aktörer samt dess betydelse för turistindustrin. Provets utformning syftar till att säkerställa en djupgående förståelse för hur reseproduktion skapar värde för kunder och samhället.

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

“Centralt innehåll innefattar reseprocessens olika steg, aktörer inom resebranschen och de ekonomiska samt sociala aspekterna av reseproduktion.”

Kunskapskrav

“Eleven ska kunna redogöra för olika delar av reseproduktionsprocessen och beskriva dess betydelse för turistindustrin.”

“Dessutom ska eleven kunna ge exempel på olika aktörer och deras roller inom reseproduktionen.”

Prov

Faktafrågor

1. Vad är reseproduktion?
 - A) Processen att skapa och sälja en resa till kunder.
 - B) Endast marknadsföring av resor.
 - C) En aktivitet för att förbättra kundservice.
 - D) Ingen av ovanstående.
2. Vilka är de tre huvudstegen i reseproduktionsprocessen?
 - A) Planering, marknadsföring och försäljning.
 - B) Marknadsföring, försäljning och uppföljning.
 - C) Försäljning, planering och reklam.
 - D) Enkel strategi, planering och avräkning.
3. Vilken aktör är viktigast för att sälja paketresor?
 - A) Hotell.
 - B) Transportföretag.

- C) Resebyråer.
 - D) Turister.
4. Vad kännetecknar en paketresa?
- A) Står helt och hållet skapat av kunden.
 - B) Inkluderar en kombination av tjänster.
 - C) Är alltid billigast.
 - D) Erbjuds bara av statliga företag.
5. Hur kan reseproducenter bidra till hållbar turism?
- A) Genom att ignorera miljöfrågor.
 - B) Genom att erbjuda miljövänliga alternativ.
 - C) Genom att öka priserna för kunder.
 - D) Genom att bara samarbeta med stora företag.
6. Vad innebär att skräddarsy en resa?
- A) Att använda standardpaket.
 - B) Att anpassa resan efter kundens behov.
 - C) Att plocka ihop delar av resan själv.
 - D) Att inte involvera kunden i processen.
7. Vilken typ av resa kan klassas som en affärsresa?
- A) En resa för nöje.
 - B) En resa för att delta på konferens.
 - C) En skräddarsydd semester.
 - D) Ingen av ovanstående.
8. Vad är en av de viktigaste fördelarna med gruppresor?
- A) Bättre individualisering av upplevelser.
 - B) Lägre kostnader per person.
 - C) Ökat ansvar för individuella resenärer.
 - D) Ingen social interaktion.
9. Hur samverkar aktörer i resebranschen?
- A) De konkurrerar alltid.
 - B) De samarbetar för att leverera helhetslösningar.
 - C) De håller sig till sina egna områden.
 - D) De är aldrig involverade i varandras processer.
10. Vad kännetecknar en kulturell resa?
- A) Inga aktiviteter.
 - B) Fokus på att besöka intressanta platser och få kulturell insikt.
 - C) En öl- och festresa.
 - D) En direkt flygresor till en destination.
11. Vad är en av de primära funktionerna för reseproducenter?
- A) Att skapa barndrömmar.
 - B) Att effektivisera reseköpsprocessen.
 - C) Att sälja enbart flygbiljetter.
 - D) Att arrangera festivaler.
12. Vad gör en resebyrå?
- A) Ingen verksamhet alls.
 - B) Köper och säljer resor.
 - C) Skapar sina egna resedestinationer.
 - D) Arbetar enbart med turismen.
13. Vilken betydelse har hållbar turism idag?

- A) Inga bistånd eller hjälp behövs.
- B) Det är av mindre vikt än kommersiella aspekter.
- C) Ökar medvetenheten om miljö- och samhällsändakter.
- D) Det är irrelevant för företag.

14. Vad motiverar turistens val av rese mål?

- A) Oemotståndligt pris.
- B) Personliga intressen och erfarenheter.
- C) Endast resebyråns rekommendationer.
- D) Begränsade valmöjligheter.

15. Vilken roll har marknadsföring för reseproducenter?

- A) Ingen betydelse.
- B) Att attrahera kunder.
- C) Att förvirra kunder.
- D) Att undvika konkurrens.

Resonerande frågor

1. Diskutera hur olika aktörer inom reseproduktion kan påverka upplevelsen av en resa. Syftet är att få eleverna att reflektera över samverkan mellan aktörer och dess effekt på kundupplevelsen.

2. Vilka faktorer anser du är viktigast för att säkerställa en hållbar reseproduktion och varför? Syftet är att utmana eleverna att tänka kritiskt på hållbarhet i sin resestrategi.

3. Beskriv hur reseproducenter kan anpassa sina erbjudanden efter förändrade kundbehov. Syftet är att uppmuntra analyser av marknadsanpassningar och kundfokus.

4. Reflektera över din egen erfarenhet av resor, hur skulle du beskriva reseproduktionsprocessen?

Syftet är att stimulera personlig koppling och insikt i reseproduktionsvariabler.

5. Hur kan teknologiska framsteg förändra reseproduktionsprocessen?

Syftet är att få eleverna att tänka på innovationer och deras roll i branschen.

6. Analysera skillnaderna mellan olika typer av resor och deras produktion.

Syftet är att uppmuntra djupgående jämförelser och slutsatser kring resetyper.

7. Diskutera vikten av marknadsföring i reseproduktion.

Syftet är att undersöka marknadsföringens centrala roll i att nå ut till kunder.

8. Vilka utmaningar står reseproducenter inför idag och hur kan de övervinna dem?

Syftet är att stimulera kritiskt tänkande om branschens framtid och anpassningar.

Bedömning

Faktafrågor bedöms med 1 poäng per korrekt svar. Resonerande frågor bedöms med 2 poäng vardera.

För att få betyg E krävs total 8 poäng, för betyg C krävs 12 poäng (minst 3 poäng från resonerande frågor) och för A krävs 18 poäng (minst 5 poäng från resonerande frågor).