Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

(Финансовый университет)

Новороссийский филиал

Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала
_____ Г.Н. Сейфиева
«31» марта 2022

Производственная практика

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для студентов, обучающихся по направлению подготовки:

43.03.02 «Туризм»

профиль «Международный и национальный туризм»

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала Финуниверситета

протокол № 45 от 31 марта 2022 г.

Одобрено кафедрой «Информатика, математика и общегуманитарные науки»
протокол № 8 от 24марта 2022 г.

Новороссийск 2022

Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Учебная дисциплина: ***Производственная практика***

УК-7 Способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, владеть основными методами защиты от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и военных конфликтов

ПКН-6 Способность применять законодательство Российской Федерации, а также нормы международного права при осуществлении профессиональной деятельности, анализировать, систематизировать, интерпретировать и оценивать изменения информативной базы развития сферы туризма и гостеприимства

ПКН-7 Способность обеспечивать безопасность обслуживания потребителей и соблюдение требований заинтересованных сторон на основании выполнения норм и правил охраны труда и техники безопасности, применять полученные знания в процессе обеспечения безопасности жизнедеятельности туристов и экскурсантов

ПКН-3 Способность обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности, разрабатывать стандарты и управлять качеством

ПКП-4 Способность принимать участие в различных формах социально- ответственного туризма, в том числе экологического, использовать методы регулирования для достижения устойчивого развития туристских территорий

Номер задания	Содержание вопроса	Правильный ответ	Компе-тенция
1	Какие этапы обычно включают в цикл менедмента?	Планирование, организация, мотивация, контроль	УК-7
2	Что включает описание туристской услуги?	это информация об основных характеристиках туристской услуги и условиях обслуживания	УК-7
3	Что твкое бенчмаркинг?	сопоставительный анализ на основе эталонных показателей как процесс определения, понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования предприятия с целью улучшения собственной работы. Анализ включает в себя два процесса: оценивание и сопоставление.	УК-7
4	Как вы считаете, какая цель внедрения CRM-систем?	переход к проактивной модели взаимодей-ствия с клиентами.	УК-7
5	Какие виды CRM-систем обычно используют в туриндустрии?	операционные CRM; аналитический CRM; коллаборационный CRM (CRM сотрудничества).	УК-7
6	Охарактеризуйте	это CRM, интегрированный с сетевыми	УК-7

	концепцию CRM 2.	сообществами и социальными сетями.	
7	Перечислите наиболее популярные в России програмные комплексы для индустрии гостеприимства.	1С: Отель. Shelter PMS. Travelline. МаксиБукинг. КонтурОтель. Отеликс. Эдельвейс. Bnovo.	ПКН-6
8	Объясните, что такое SEO (search engine optimization).	это комплекс работ по улучшению позиций сайта в поисковой выдаче.	ПКН-6
9	Поясните, что такое семантическое ядро сайта.	это набор ключевых слов, их форм и фраз, по которым сайт продвигается в поисковых системах. Семантическое ядро составляют на основе поисковых запросов пользователей с учетом тематики сайта. У каждой страницы ресурса — свое семантическое ядро.	ПКН-6
10	Что такое SMM (Social Media Marketing)?	это маркетинг в социальных сетях. Цель SMM — привлекать клиентов из социальных сетей, а также повышение узнаваемости бренда и работа над репутацией.	ПКН-6
11	Каким основным законодательным актом регулируется туристская деятельность в Российской Федерации?	ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»	ПКН-7
12	Раскройте понятие «коммуникация».	это **взаимодействие людей и бизнес-подразделений, предполагающее обмен информацией**	ПКН-7
13	Из каких элементов состоит коммуника-ция?	оммуникация предполагает наличие не ме-нее четырех элементов: передающий субъ-ект (коммуникатор); передаваемый объект (сообщение); средство передачи (канал); принимающий субъект (реципиент).	ПКН-7
14	Какой язык является официальным в Российской Федерации?	русский	ПКН-7
15	Поясните, что такое компьютерные системы бронирования.	это системы, используемые для хранения и извлечения информации и проведения транзакций, связанных с авиаперелетами, отелями, прокатом автомобилей или	ПКН-7

		другими видами деятельности	
16	Что такое справочная правовая система?	это класс компьютерных баз данных, направленных на информационное сопровождение работы и специалистов смежных профессий: содержат нормативные правовые акты, судебную практику, постатейные комментарии и прочую профессиональную юридическую литературу и обеспечивают некоторый уровень связности этих элементов через механизмы перекрёстных ссылок, истории версий и поиска.	ПКН-3
17	Какие функции вполняют автоматизированные системы управления турпредприятием?	получение и обработка информации от разных туроператоров; ведение внутреннего документооборота и бухгалтерии; выстраивание взаимоотношений с туроператорами; анализ данных и получение статистических отчетов	ПКН-3
18	Раскройте понятие «информационная сеть».	это коммуникационная сеть, в которой продуктом генерирования, переработки, хранения и использования является информация.	ПКН-3
19	Поясните, что такое туристский информационный центр	организация, осуществляющая деятельность по информированию физических и юридических лиц о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии, а также продвижению туристских продуктов на внутреннем и мировом туристских рынках	ПКП-4
20	Поясните, что такое стиль общения?	это индивидуально-типологические особенности взаимодействия между людьми.	ПКП-4

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (в полной мере): мировой опыт проведения маркетинговых исследований в индустрии гостеприимства; концептуальные основы социально-экономических исследований в туристской индустрии; методологию оценки сегментов туристского рынка

Умеет: (самостоятельно): осуществлять выбор исследовательского инструментария (методик, техник, процедур) для разработки эффективных решений; проводить мониторинг и оценку деятельности на рынке услуг гостеприимства

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся **знает:** алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров).

Умеет: (самостоятельно): принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования (анализ целевой аудитории, анализ медиа-потребления, анализ связи маркетинговых и медиа параметров) и отвечать на запросы и потребности общества и целевой аудитории в профессиональной деятельности.

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (на уровне минимальных требований): алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.

Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) принимать е экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.

- оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется, если обучающийся не знает: (на уровне минимальных требований): алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.

Не умеет: (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) принимать е экономические решения в различных областях жизнедеятельности; способен проводить маркетинговые и медиа исследования.