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
_____ Е.Н. Сейфиева
«31» марта 2022

Королёва Н.В.

Технологии продаж в индустрии туризма и гостеприимства

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: ***Технологии продаж в индустрии туризма и гостеприимства***

Компетенции:

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

ПКН-4 Способность осуществлять исследование туристского рынка, анализировать, систематизировать, интерпретировать и оценивать информацию, организовывать продажи и продвижение туристского продукта с использованием знаний маркетинга и статистики

УК-9 Способность к индивидуальной и командной работе, социальному взаимодействию, соблюдению этических норм в межличностном профессиональном общении

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
1.	Конъюнктура туристского рынка - это	Экономическая ситуация на рынке, характеризующаяся соотношением спроса и предложения в определенный момент времени	ПКН-3
2.	Из чего исходит концепция совершенствования производства в маркетинге?	Туристы проявляют интерес к турпродуктам высшего качества	ПКН-3
3.	Чем определяется максимальная цена турпродукта?	Уровнем спроса	ПКН-3
4.	Позиционирование турпродукта это…	Определение основных потребительских свойств турпродукта и их сравнение с аналогичными турпродуктами конкурентов для уточнения места турпродукта на рынке	ПКН-3
5.	Почему туристским предприятиям необходимо сегментировать рынок?	Потому, что у потребителей различные вкусы и предпочтения	ПКН-3
6.	Под личной продажей понимается	Непосредственный контакт представителя фирмы с потенциальными туристами	ПКН-3

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
7.	Что такое индустрия туризма и гостеприимства?	Индустрия туризма и гостеприимства - это сектор экономики, который включает в себя все виды деятельности, связанные с организацией отдыха и путешествий для туристов. Это включает в себя гостиницы, рестораны, туристические агентства, авиакомпании, транспортные компании и другие предприятия, которые обслуживают туристов.	ПКН-3
8.	Какие основные задачи стоят перед продавцами в индустрии туризма и гостеприимства?	Продавцы в индустрии туризма и гостеприимства должны уметь продавать туристические пакеты, организовывать мероприятия, предоставлять информацию о местах и услугах, отвечать на вопросы клиентов и помогать им в выборе оптимального варианта отдыха.	ПКН-3
9.	Что такое гостиничная индустрия?	Гостиничная индустрия - это сфера деятельности, связанная с предоставлением услуг временного проживания. Гостиницы предлагают номера различных категорий в зависимости от уровня комфорта и стоимости.	ПКН-3
10.	Какие факторы влияют на спрос на гостиничные услуги?	Спрос на гостиничные услуги зависит от многих факторов, включая сезонность, экономическую ситуацию, события в регионе и предпочтения туристов.	ПКН-4
11.	Какие виды мотивации вы знаете?	Внутренняя и внешняя мотивация.	ПКН-4
12.	Что относится к внутренней мотивации?	Интерес к работе, удовлетворение от достижения цели, чувство собственной значимости.	ПКН-4
13.	что относится к внешней мотивации?	Материальное вознаграждение, престиж, карьерный рост.	ПКН-4
14.	Что такое пирамида потребностей Маслоу?	Это иерархия потребностей человека, начиная от базовых (физиологических) и заканчивая потребностями в самоактуализации.	ПКН-4
15.	Как можно использовать знания о потребностях	Можно использовать знание о потребностях клиента, чтобы показать ему, как ваш	ПКН-4

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	клиента для мотивации его к покупке?	продукт или услуга могут удовлетворить эти потребности. Например, если клиент ищет отдых на природе, можно предложить ему тур с активным отдыхом и проживанием в кемпинге.	
16.	Какие навыки необходимы для успешной работы в индустрии туризма и гостеприимства?	Для успешной работы в этой сфере необходимо обладать коммуникативными навыками, уметь находить общий язык с клиентами, быть терпеливым и внимательным. Также важно знать особенности туристического рынка и уметь работать с различными системами бронирования.	ПКН-4
17.	Как правильно организовать работу с клиентами в индустрии туризма и гостеприимства?	Работа с клиентами должна быть организована таким образом, чтобы каждый клиент чувствовал себя комфортно и получил максимальное удовлетворение от общения с продавцом. Важно уделять внимание каждому клиенту, отвечать на все его вопросы и предоставлять качественную информацию о предлагаемых услугах.	ПКН-4
18.	Как использовать социальные сети для продвижения своих услуг в индустрии туризма и гостеприимства?	Компании могут использовать их для привлечения новых клиентов, информирования о новых предложениях и акциях, а также для обратной связи с клиентами.	ПКН-4
19.	Каковы основные составляющие гостиничного продукта?	Гостиничный номер, питание, дополнительные услуги	ПКН-4
20.	Какова роль номерного фонда в структуре гостиничного продукта?	Номерной фонд является основой гостиничного продукта, так как именно номера предоставляют основные услуги для гостей.	УК-9
21.	Какие дополнительные услуги обычно предлагаются в гостиницах?	Услуги прачечной, room service, бизнес-услуги, спа-услуги, фитнес-центр, конференц-залы и другие.	УК-9
22.	В чем заключается отличие гостиничного продукта от других видов	Гостиничный продукт предоставляет услуги временного проживания и сопутствующие услуги, в то время как другие туристические	УК-9

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	туристических продуктов, таких как экскурсионные туры или круизы?	продукты ориентированы на предоставление других видов услуг, таких как экскурсии или путешествия на корабле.	
23.	Какие существуют методы стимулирования потребителей в индустрии туризма и гостеприимства?	Скидки, акции, специальные предложения, бонусы, программы лояльности.	УК-9
24.	Какую роль играют программы лояльности в стимулировании потребителей?	Программы лояльности позволяют удерживать постоянных клиентов и привлекать новых, предоставляя им определенные преимущества и скидки.	УК-9
25.	Как использование социальных сетей влияет на стимулирование потребителей в индустрии туризма и гостеприимства?	Социальные сети позволяют быстро распространять информацию о скидках и акциях, что способствует привлечению большего количества потребителей.	УК-9
26.	Какую роль играют бонусы и подарки в стимулировании потребления?	Бонусы и подарки позволяют привлечь внимание потребителей к определенному продукту или услуге, а также стимулировать их к повторным покупкам.	УК-9
27.	Что такое маркетплейс в туризме?	маркетплейс в туризме - это онлайн-площадка, которая предоставляет возможность туристическим агентствам и другим компаниям, связанным с туристической индустрией, размещать свои услуги и предложения для продажи. например, на таких маркетплейсах можно забронировать отель, купить авиабилеты, заказать экскурсии и многое другое.	УК-9
28.	Сто такое CRM-система ?	CRM-система - это программное обеспечение, которое помогает управлять отношениями с клиентами. В туризме она может использоваться для хранения информации о клиентах, отслеживания истории их покупок и предпочтений, анализа эффективности маркетинговых кампаний и т.д	УК-9

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
29.	Что такое клиентская база в туризме?	Ведение клиентской базы данных в туризме включает в себя сбор, хранение и управление информацией о клиентах. Это включает данные о контактных данных, предпочтениях, истории покупок и отзывах клиентов. Эта информация помогает туристическим компаниям лучше понимать своих клиентов и предоставлять им персонализированные услуги.	УК-9

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает:** способы определять круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты; методы анализа решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, корректировки способов их решения; способы публично представляет полученные в ходе реализации проекта результаты; нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области;; документооборот в соответствии с нормативными требованиями.

умеет: определить круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; предлагать оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты, оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта**;** анализировать решение поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, при необходимости корректирует способы решения задач; публично представлять полученные в ходе реализации проекта результаты; осуществлять поиск и обоснованно применять необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области; обеспечить документооборот в соответствии с нормативными требованиями.

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся **знает:** способы определять круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты; методы анализа решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, корректировки способов их решения;

умеет: определить круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; предлагать оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты, оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта**;** анализировать решение поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, при необходимости корректирует способы решения задач;

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся

плохо знает: способы определять круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты; методы анализа решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, корректировки способов их решения; способы публично представляет полученные в ходе реализации проекта результаты;

плохо умеет: определить круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; предлагать оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты, оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта**;** анализировать решение поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, при необходимости корректирует способы решения задач; публично представлять полученные в ходе реализации проекта результаты;

плохо владеет: навыками круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; навыками предлагать оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты, оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта**;** навыками реализовать и анализировать решение поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, при необходимости корректирует способы решения задач; - оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется, если обучающийся

не знает: способы определять круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты; методы анализа решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, корректировки способов их решения;

не умеет: определить круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; предлагать оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты, оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта**.**