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 г.

Воблая И.Н.
Менеджмент
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

Менеджмент

Компетенции:

ПКН-2 Способность осуществлять основные функции управления туристской деятельностью, находить решения задач в условиях реально функционирующих туристских предприятий

ПКН-5 Способность принимать экономически обоснованные решения, обеспечивать экономическую организацию сферы туризма и гостеприимства, оценивать финансово-экономические перспективы их деятельности

ПКН-8 Способность сопоставлять теорию науки о туризме и современные потребности общества в контексте исторических, природных, социально-экономических предпосылок ее развития, реализации основных федеральных и региональных программ развития туризма

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
1.	Определите понятие «менеджмент»	управление процессами, ресурсами и людьми.	ПКН-2
2.	Процесс планирования, организации, мотивации и контроля, который направлен на достижение целей организации – это…	Управление в организации	ПКН-2
3.	Назовите три функций менеджмента из	Планирование. Организация Контроль. Мотивация.	ПКН-2
4.	Существует несколько целей менеджмента в коммерческой организации, назовите одну из них.	- получение (увеличение) прибыли; - повышение эффективности работы; - удовлетворение потребностей рынка; - решение социальных вопросов.	ПКН-2
5.	Раскройте понятие «мотивация»	Мотивация - это процесс стимулирования людей к достижению целей.	ПКН-2
6.	Назовите два примера материальной мотивации?	Оплату труда, премии, бонусы, участие в прибылях, опционы на акции, предоставление социального пакета.	ПКН-2
7.	Назовите два примера нематериальной мотивации?	Признание и поощрение заслуг, развитие карьеры, возможности для обучения и роста, благоприятный психологический климат в	ПКН-2

		коллективе, возможность влиять на принятие решений, корпоративная культура.	
8.	Раскройте понятие «планирование в организации»	- это процесс формирования целей и стратегий их достижения.	ПКН-2
9.	Основная цель или причина существования организации – это ….	миссия организации	
10.	Поясните, что такое стратегия организации?	- это план действий, который помогает организации достичь своих целей и миссии.	ПКН-2
11.	Назовите три элемента внешней среды организации.	Конкуренты, потребители, поставщики, законодательство, экономические факторы, социальные факторы, политические факторы, культурные факторы.	ПКН-5
12.	Поясните, что такое структура организации?	Структура организации - это способ, которым она организована и управляется.	ПКН-5
13.	Назовите два видов организационных структу р?	линейная, функциональная, линейно-функциональная (штабная), дивизиональная, матричная.	ПКН-5
14.	Организационная структура, в которой каждый сотрудник имеет только одного непосредственного начальника. В этой структуре все решения принимаются сверху вниз- это…	Линейная структура	ПКН-5
15.	тип организационной структуры, в которой подразделения организованы по функциям, таким как маркетинг, производство, финансы и т.д. – это …	Функциональная структура	ПКН-5
16.	Объясните, что такое туроператорская	это организация туров и продажа их конечному потребителю.	ПКН-5

	деятельность?		
17.	Объясните, что такое турагентская деятельность?	Турагентская деятельность заключается в продаже готовых туров туроператоров.	ПКН-5
18.	это комплекс услуг и товаров, предоставляемых туристу в процессе его путешествия, таких как размещение, питание, экскурсии и др. называется …	туристский продукт	
19.	Раскройте понятие «маркетинг»	Маркетинг - это изучение предпочтений потребителей с целью создания и предложения им товаров и услуг.	
20.	Охарактеризуйте «маркетинг в туризме».	- это мероприятия, направленные на продвижение туристических продуктов на рынке.	ПКН-5
21.	Охарактеризуйте менеджмент туризма	Менеджмент туризма - это управление всеми процессами, связанными с организацией отдыха туристов	ПКН-5
22.	Назовите два-три фактора влияющих на развитие туризма.	– Доступность транспортная – стоимость туристических услуг, – безопасность, – политическая стабильность, – культурные особенности и – природные ресурсы.	ПКН-5
23.	Назовите два-три метода мотивации в менеджменте туризма?	материальное вознаграждение, признание достижений, карьерный рост, возможности для обучения и развития.	ПКН-5
24.	Назовите три виды туризма, которые вы знаете?	пляжный, горный, культурный, приключенческий, экологический и другие.	ПКН-5
25.	Предварительное закрепление за определенным туристом (пассажиром) мест в гостиницах или на транспортных средствах, билетов в культурно-зрелищные учреждения на определенную дату – это	Бронирование	ПКН-8

	….		
26.	Какое обязательное страхование всегда входит в состав тура, если тур сформирован туроператором	Медицинское страхование	ПКН-8
27.	Поясните, что такое организованный туризм?	путешествия по маршруту, разработанному турфирмой по приобретенным путевка	ПКН-8
28.	Охарактеризуйте понятие «социальный туризм»	Социальный - туризм – это путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды	ПКН-8
29.	Охарактеризуйте понятие «внутренний туризм»	- означает проведение свободного времени (отпусков) жителями страны вне дома в пределах своей страны	ПКН-8
30.	Комплекс сооружений, коммуникационных сетей, в том числе связи, дорог, смежных индустрии туризма предприятий, обеспечивающих нормальный доступ туристов к туристским ресурсам и их использование в целях туризма – это …	Инфраструктура туризма	ПКН-8
31.	Документ, подтверждающий оплату стоимости туристских услуг, предусмотренных программой туристского обслуживания, и являющийся основанием для получения этих услуг туристом– это …	Путевка	ПКН-8
32.	рейс, заказанный эксклюзивно для специальной группы людей или их перелет организуется от одного имени (например, туроператором)	Чартерный рейс	ПКН-8
33.	провоз пассажиров (туристов) из одной страны в другую через промежуточную страну	Транзит	ПКН-8

	называется …		
34.	письменное или устное заявление со стороны туристов таможенным властям при пересечении границы, содержащее сведения о перевозимых туристами вещах и предметах – это …	Таможенная декларация	ПКН-8

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (в полной мере): 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) и отвечать на запросы и потребности общества и целевой аудитории в профессиональной деятельности.

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.

Владеет: (совершенно свободно): навыками 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 **«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.

Владеет: навыками 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).

- 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.

Владеет (совершая ошибки и допуская незначительное несоблюдение основных положений дисциплины): навыками 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).

- 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.

Не владеет: навыками 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).