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

Туристские кластеры в национальной и мировой экономике

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: ***Туристские кластеры в национальной и мировой экономике***

Компетенции:
ПКП-3 Способность анализировать и оценивать особенности развития рынка туризма, участвовать в организации событий с использованием национальных туристских ресурсов.
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 задания	Правильный ответ	Компетенция
1.	Группа географически соседствующих и взаимодействующих на принципах государственно-частного партнерства компаний, научно-образовательных и общественных организаций, органов государственного управления, формирующих и реализующих туристские продукты и услуги на основе использования туристско-рекреационного потенциала территории	Туристско-рекреационный кластер	ПКП-4
2.	Разделение (членение) территории на определенные территориальные единицы (таксоны), характеризующиеся внутренним единством туристско-рекреационных свойств и продуктов территории	Туристско-рекреационное районирование	ПКП-4
3.	Целостная часть туристско-рекреационного пространства, обладающая индивидуальными признаками привлекательности туристско-рекреационного потенциала, туристских продуктов и услуг для рекреантов, туристов и предпринимателей	Туристско-рекреационный район	ПКП-4
4.	Часть социо-культурного пространства, связанного с	Туристско-рекреационное пространство	ПКП-4

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
	организацией туристско-рекреационной деятельности		
5.	Совокупность туристско-рекреационных ресурсов, их территориальных сочетаний и условий реализации, способствующих удовлетворению туристско-рекреационных потребностей людей	Туристско-рекреационный потенциал территории	ПКП-4
6.	Отражает процентное соотношение приезжих туристов и местных отдыхающих в учреждениях отдыха	Степень открытости района	ПКП-4
7.	Какие две основные характеристиками определяют качество туристских ресурсов: А) известность и доступность; Б) запоминаемость и неповторимость; В) узнаваемость и распространенность; Г) заброшенность и обветшалость	А) известность и доступность;	ПКП-4
8.	К какому виду туристских ресурсов относится знаменитый смог (от англ. smoke — дым и fog — туман) - смесь из промышленных отходов и природного тумана - в таком крупном промышленном центре как Лондон: А) к природным; Б) к антропогенным; В) к климатическим; Г) к смешанным	Г) к смешанным	ПКП-4
9.	Какой макрорегион включает в себя: Северную Европу (4 микрорегиона), Западную Европу (5 микрорегионов), Центральную и Восточную Европу (3 микрорегиона) и Южную Европу (4 микрорегиона)	Зарубежная Европа	ПКП-4
10.	Какой макрорегион включает в себя: Северо-Запад, Центр, Поволжье, Юг (Северный Кавказ), Урал, Сибирь и Дальний Восток	Россия	ПКН-4
11.	Какой макрорегион включает в себя: Западную Азию (3 микрорегиона: Левант, Малая Азия и Закавказье), Арабский Восток (Машрик), Средний Восток и Среднюю Азию	Западная и Средняя Азия	ПКН-4

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
12.	Какой макрорегион включает в себя: Южную Азию, Центральную Азию, Великую Китайскую равнину, Дальний Восток (Япония и Корея), Материковый Индокитай и Островной Индокитай (Ост-Индия)	Южная и Восточная Азия	ПКП-3
13.	Какой макрорегион включает в себя: Австралию, Новую Зеландию и Океанию	Австралия и Океания	ПКП-3
14.	Какой макрорегион включает в себя: Нильский мезорегион (Египет и Судан), Арабский Запад (Магриб), Сахель и Северо-Восточную Африку	Мусульманская Северная Африка	ПКП-3
15.	Какой макрорегион включает в себя: Восточную Африку, Западную Африку, Центральную Африку, Южную Африку и Юго-Восточную Африку	Южной Азии	ПКП-3
16.	Какой макрорегион включает в себя: Канаду и Гренландию, Аляску, Северо-Восток США, Средний Запад США, Юг США, Горный и Тихоокеанский Запад США (включая Гавайи)	Северная Америка	ПКП-3
17.	Что такое туристские кластеры?	Туристские кластеры - это группы географически соседствующих и взаимосвязанных организаций, специализирующихся на предоставлении туристских услуг и привлекательных для туристов. Они могут включать гостиницы, рестораны, развлекательные центры, музеи, парки и другие объекты инфраструктуры туризма.	ПКП-3
18.	Цели создания туристического кластера? Назовите одну цель.	повышение уровня экономической устойчивости региона; развитие инфраструктуры за счёт синергетического эффекта; повышение эффективности работы предприятий и организаций, входящих в туристический кластер;	ПКП-3

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
		стимулирование инноваций; стимулирование развития новых направлений туристического бизнеса.	
19.	Основные функции туристического кластера? Назовите одну функцию	экономические: обеспечивают приток иностранной валюты в казну региона, увеличение налоговых поступлений в региональный бюджет; социальные: способствуют восстановлению сил и трудоспособности человека, являются экологически безопасной сферой деятельности людей; гуманитарные: обеспечивают отдых туристов с познанием жизни, быта, истории, культуры.	ПКП-3
20.	Назовите любой туристский кластер России	Сочинский туристский кластер; Крымский туристский кластер; Санкт-Петербургский туристский кластер - объединяет исторические достопримечательности города, такие как Эрмитаж, Петергоф, Царское Село и другие. Туристский кластер “Золотое кольцо России” Прибайкальский туристский кластер - привлекает туристов своими уникальными природными достопримечательностями, такими как озеро Байкал, горы Хамар-Дабан и другие.	ПКП-3
21.	Назовите одну из классификаций туристских кластеров	По географическому положению: Туристские кластеры на побережье океана или моря. Туристские кластеры в горах. Туристские кластеры в	ПКП-3

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
		городах. По типу туризма: Пляжные туристские кластеры. Горнолыжные туристские кластеры. Культурные туристские кластеры. По размеру: Крупные туристские кластеры (например, Сочинский кластер). Средние туристские кластеры (например, Крымский кластер). Малые туристские кластеры (например, Санкт-Петербургский кластер).	

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (в полной мере): особенности норм, правил и техник безопасного обслуживания туристов и экскурсантов в организационных и технологических процессах в культурном туризме; правила оформления документов, регулирующих отношения между контролирующими органами и турорганизаторами и оказывающими услуги организациями; стратегические аспекты выстраивания бизнес-процессов и блоков-бизнес-процессов, а также бизнес-модели предприятий индустрии туризма и гостеприимства; существующие гостиничные и ресторанные технологические процессы; методы контроля качества услуг на гостиничном и ресторанном предприятии; особенности правового и документационного обеспечения ключевых компонент деятельности компаний в индустрии туризма и гостеприимства, системы управления качеством и организационные принципы службы управления качеством в индустрии гостеприимства и туризма

Умеет: (самостоятельно): анализировать технологические процессы в гостиницах и ресторанах; обеспечивать эффективную организацию функциональных процессов; применять, адаптировать и развивать современные технологии обслуживания; организовывать, регламентировать и контролировать процессы обслуживания в гостиницах и ресторанах; правильно оценивать необходимость и обязательность учета и соблюдения требований норм, правил и техник безопасного обслуживания туристов и экскурсантов; анализировать и проектировать технологические процессы в турфирмах, транспортных предприятиях, гостиницах и ресторанах; оценивать сильные и слабые стороны применяемых стратегий управления качеством услуг и продуктов в индустрии гостеприимства с учетом современных тенденций и требований; предлагать релевантные решения с точки зрения продвижения туризма; анализировать систему управления качеством услуг организаций в индустрии туризма и гостеприимства с учетом аспектов стандартизации, сертификации и классификации; организовывать, регламентировать и контролировать процессы обслуживания в гостиницах и ресторанах; структурировано оценивать альтернативы при организации деятельности в туризме и гостеприимстве, разрабатывать предложения внедрению системы стандартов качества при организации и

совершенствовании деятельности в туризме.

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:** существующие гостиничные и ресторанные технологические процессы; методы контроля качества услуг на гостиничном и ресторанном предприятии; особенности правового и документационного обеспечения ключевых компонент деятельности компаний в индустрии туризма и гостеприимства, системы управления качеством и организационные принципы службы управления качеством в индустрии гостеприимства и туризма

Умеет: (самостоятельно): предлагать релевантные решения с точки зрения продвижения туризма; анализировать систему управления качеством услуг организаций в индустрии туризма и гостеприимства с учетом аспектов стандартизации, сертификации и классификации; организовывать, регламентировать и контролировать процессы обслуживания в гостиницах и ресторанах; структурировано оценивать альтернативы при организации деятельности в туризме и гостеприимстве, разрабатывать предложения внедрению системы стандартов качества при организации и совершенствовании деятельности в туризме.

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).