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

Рынок международного и национального туризма

Фонды оценочных средств

для студентов, обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 «Туризм»
профиль «Международный и национальный туризм»
заочная форма обучения

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: **Рынок международного и национального туризма**

Компетенции:

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

Номер задания	Содержание задания	Правильный ответ	Компетенция
1	Совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, используемых при производстве туристского продукта и организации туристского бизнеса….	Это туристские ресурсы	ПКН-4
2	Чем занимается туроператор?	Туристская организация, занимающаяся комплектацией туров	ПКН-4
3	Чем занимается Турагент?	Физическое или юридическое лицо, выступающее посредником по продаже сформированных туроператором туров	ПКН-4
4	путешествия граждан Российской Федерации с места постоянного проживания в другую страну с различными целями	выездной туризм	ПКН-4
5	Учреждение Организации Объединенных Наций, занимающееся развитием и продвижением туризма как основного фактора обеспечения мира, развития, международного взаимопонимания, всеобщего уважения и культурного обмена.	Всемирная туристская организация	ПКН-4
6	Совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, лечебного и оздоровительного,	туристская индустрия.	ПКН-4

	спортивного, религиозно-культового, делового и иного назначения, организаций		
7	Какова роль международного туризма в мировой экономике? Назовите один фактор.	– Он стимулирует рост ВВП, – создание рабочих мест, – развитие инфраструктуры – культурный обмен, – основной источник валютных поступлений	ПКН-4
8	Какие факторы влияют на развитие международного туризма? Назовите один фактор.	– политическую стабильность, экономическую ситуацию, – безопасность, – культурные особенности, – инфраструктуру и доступность транспортных средств.	ПКН-4
9	Какова цель организации «Ассоциация туроператоров России»?	развитие и продвижение внутреннего и въездного туризма в России.	ПКН-4
10	показатель, который отражает влияние туризма на экономику страны. Он показывает, насколько увеличивается валовый внутренний продукт (ВВП) страны за счет туризма….	Туристский мультипликатор	ПКН-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.