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 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Кросс-культурные коммуникации в индустрии туризма и гостеприимства

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: **Кросс-культурные коммуникации в индустрии туризма и гостеприимства**

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

ПКП-2: Способность разрабатывать туристские продукты и туристско-рекреационные проекты, осуществлять их рекламу и продвижение

ПКП-3: Способность анализировать и оценивать особенности развития рынка туризма, участвовать в организации событий с использованием национальных туристских ресурсов

Номер задания	**Содержание задания**	**Правильный ответ**	**Компетенция**
1	**Под кросс-культурной коммуникацией понимается** А) взаимодействие людей в условиях глобализации Б) взаимодействие и взаимовлияние культур в рамках делового сотрудничества В) коммуникация на стыке или пересечении разных культур на основе межкультурной компетенции Г) передача информации на основе ведущей репрезентативной системы	В) коммуникация на стыке или пересечении разных культур на основе межкультурной компетенции	ПКН-4
2	**Как называется причина нарушения ККК, обусловленная разной интерпретацией событий и явлений:** А) «ловушка восприятия» Б) стереотипизация В) атрибуция Г) этноцентризм	Б) стереотипизация	ПКН-4
3	**Обобщенная оценка людей и явлений может стать причиной:** А) «ловушки восприятия» Б) стереотипизации В) атрибуции Г) этноцентризма	В) атрибуции	ПКН-4
4	**Дефицит информации может привести к:** А) «ловушке восприятия» Б) стереотипизации В) атрибуции Г) этноцентризму	А) «ловушке восприятия»	ПКН-4
5	**Понимание между собеседниками достигается:**	Б) при условии одинаковой	ПКН-4

	А) во время общения Б) при условии одинаковой интерпретации символов в общении В) при совместной деятельности Г) все вышеперечисленное	интерпретации символов в общении	
6	**Специфическая языковая терминология может стать** А) вербальным барьером ККК Б) невербальным барьером ККК В) паравербальным барьером ККК Г) затруднением в установлении контакта	Г) затруднением в установлении контакта	ПКН-4
7	**Дополнительная информация о человеке через его внешний вид и движения передается с помощью** А) вербальной информации Б) невербальной информации В) паравербальной информации Г) все вышеперечисленное	Б) невербальной информации	ПКН-4
8	**Для влияния на эмоциональную составляющую коммуникации необходимо использовать** А) вербальные средства Б) невербальные средства В) паравербальные средства Г) имидж	А) вербальные средства Б) невербальные средства	ПКН-4
9	**Использование в своем поведении ключевых поведенческих сигналов других людей называется** А) активное слушание Б) визуальный имидж В) подстройка Г) коммуникация	В) подстройка	ПКН-4
10	**Расшифровка смысла движения глаз, мимики, ритма дыхания и других форм невербальных сигналов собеседника называется:** А) пассивное слушание Б) подстройка В) калибровка Г) деловое общение	В) калибровка	ПКН-4
11	**Эффективность коммуникации составляют:** А) полнота информации Б) адекватная реакция собеседника В) полнота информация, адекватность реакции собеседника и наличие обратной связи Г) обратная связь	Г) обратная связь	ПКП-2
12	**Основу кросс-культурного взаимодействия составляют** А) общий интеллект, адаптивность, системность мышления Б) толерантность, эмоциональный интеллект, культурный	В) эмоциональный интеллект, гибкость, ориентация на результат Г) коэффициент умственного	ПКП-2

	релятивизм В) эмоциональный интеллект, гибкость, ориентация на результат Г) коэффициент умственного развития, эмоциональный интеллект, творческое решение профессиональных задач	развития, эмоциональный интеллект, творческое решение профессиональных задач	
13	Китайцам рекомендуется дарить сувениры черного, белого и синего цветов	Нет	ПКП-2
14	Представители полиактивного типа культуры могут часто пренебрежительно относиться к различным расписаниям и инструкциям	Да	ПКП-2
15	Американцы и англичане являются представителями культур с высоким индексом индивидуализма	Нет	ПКП-2
16	Моноактивному типу культуры присущи, в целом, линейность, последовательность, четкое планирование, ориентация на выполнение задач	Да	ПКП-2
17	В странах с высоким индексом индивидуализма креативный подход к решению проблем и принятию решений поощряется больше, чем в коллективистских культурах	Да	ПКП-2
18	Коммуникация с представителями полиактивпого типа культуры строится на основе получения информации в ходе личных контактов с людьми	Да	ПКП-2
19	Для коллективистов более значим дискурсивный процесс (что и как говорится); для индивидуалистов — результат (что в итоге)	Да	ПКП-2
20	Интеллект в коллективистских культурах понимается как «послушание старшим»	Да	ПКП-2
21	Представители индивидуалистских культур большее внимание уделяют доброжелательной атмосфере в коммуникации, чем проблеме истинности	Нет	ПКП-3
22	В Латинской Америке приветствуется совсем легкое рукопожатие, а слишком быстрое отдергивание руки может быть воспринято как оскорбление	Да	ПКП-3
23	Для итальянца постукивание указательным пальцем по носу означает: «берегитесь, впереди опасность, они что-то замышляют»	Да	ПКП-3
24	Для американцев характерно стремление приступать к обсуждению деловых вопросов незамедлительно	Нет	ПКП-3
25	Готовя деловую презентацию для американских партнеров, надо делать упор на визуальный контент	Нет	ПКП-3
26	В культурах Ближнего Востока перед тем, как перейти к обсуждению деловых вопросов, партнеры пытаются создать гармоничную атмосферу	Да	ПКП-3

27	Будет очень уместно использовать стихотворные цитаты и метафоры в разговоре через переводчика с иностранными коллегами	Нет	ПКП-3
29	Если китаец выдвигает вперед нижнюю губу и при этом хмурится и морщит нос, это означает неодобрение	Да	ПКП-3
29	В Южной Корее следует держать на виду руки. Засовывать их в карманы — дурной тон, изобличающий человека, держащего камень за пазухой	Да	ПКП-3
30	В Испании пощелкивание большим и указательным пальцем выражает аплодисменты (испанцы умеют это делать достаточно громко)	Да	ПКП-3

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (в полной мере): факторы этнокультурного, национального и религиозного характера индустрии туризма и гостеприимства с точки зрения эффективности операционной деятельности и удовлетворения потребителей и туристов; плюсы и минусы экономической и культурной глобализации, отрицательных тенденций, связанных с формированием глобальной бизнес-культуры; аспекты ориентации на культуру и менталитет иностранных партнеров и взаимодействия национальных культур в бизнесе; роль традиций, религии, личной репутации и т.п. в отношениях с иностранными партнерами; источники локальных конкурентных преимуществ в индустрии туризма и гостеприимства с точки зрения факторов аутентичности. основные особенности процесса управления и специфику аналитических задач для организаций сферы туризма и гостеприимства; логику и принципы управления их бизнес-процессами; современные методы учета и анализа, используемые в оперативном и стратегическом анализе с целью оптимизации текущих бизнес-процессов.

Умеет: (самостоятельно): верно соотносить компоненты национальной культуры, истории и других составляющих в формировании характерных черт бизнеса в стране и организациях; предлагать мероприятия по тимбилдингу (командообразованию) на предприятиях индустрии туризма и гостеприимства с учетом кросс-культурных факторов; предлагать мероприятия по повышению процента успешных продажи и эффективных переговоров с учетом культурных (национальных, региональных и этноконфессиональных) различий. применять эффективные методы управления бизнес-процессами в сфере туризма и гостеприимства, а также оценивать эффективность формирования и использования материальных, финансовых, трудовых ресурсов бизнеса; идентифицировать «узкие места» на основе мониторинга осуществляемых бизнес-процессов; разрабатывать предложения по их оптимизации. применять современные методы оценки эффективности туристско-рекреационных проектов, использовать возможности применения современных аналитических систем управления при реализации туристско-рекреационных проектов в туристическом бизнесе.

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся ***Знать:*** современные методики оценки основных параметров финансовой, инновационно-инвестиционной туристско-рекреационных проектов с и операционной деятельности с использованием данных управленческой отчетности; методы применения системы финансовых показателей оценки эффективности деятельности туристской организации. основные особенности процесса управления и специфику аналитических задач для организаций сферы туризма и гостеприимства; логику и принципы управления их бизнес-

процессами; современные методы учета и анализа, используемые в оперативном и стратегическом анализе с целью оптимизации текущих бизнес-процессов.

Умеет: (самостоятельно): компетентно определять необходимую структуру и содержаниесоциально-экономических исследований в туристской индустрии; изучать спрос, определять виды, формы и элементы турпродукта, сегментировать туристский рынок; современные методики оценки основных параметров финансовой, инновационно-инвестиционной туристско-рекреационных проектов с и операционной деятельности с использованием данных управленческой отчетности; методы применения системы финансовых показателей оценки эффективности деятельности туристской организации

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся **знает** (на уровне минимальных требований): теоретические, правовые, практические особенности организации деятельности туристского предприятия

Умеет (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) компетентно определять необходимую структуру и содержание социально-экономических исследований в туристской индустрии; изучать спрос, определять виды, формы и элементы турпродукта, сегментировать туристский рынок

- оценка **«неудовлетворительно»** (ниже порогового) выставляется, если обучающийся не знает: (на уровне минимальных требований): алгоритмы обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности; **не умеет** оценивать эффективность формирования и использования материальных, финансовых, трудовых ресурсов бизнеса; Не умеет: (испытывая затруднения при самостоятельном воспроизведении) принимать е экономические решения в различных областях жизнедеятельности; **не умеет** оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых управленческих решений.