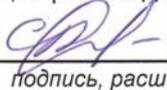


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
рекреационной географии, страноведения и туризма

 Федотов С.В.
подпись, расшифровка подписи
21.05.2024 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

ОПЦ.04 Менеджмент в туризме и гостеприимстве
Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом
43.02.16 Туризм и гостеприимство
Код и наименование специальности
Социально-экономический
Профиль подготовки
Специалист по туризму
Квалификация выпускника
очная
Форма обучения

Учебный год: 2026-2027

Семестр: 5

Рекомендована: НМС факультета географии, геоэкологии и туризма, протокол от 03.05.2024 № 6

Составители: Гуляева Дарья Сергеевна, преподаватель кафедры рекреационной географии, страноведения и туризма

2024 г.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ОПЦ.04 Менеджмент в туризме и гостеприимстве

Фонд оценочных средств на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.12. 2022 г. N 1100 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 43.02.16 Туризм и гостеприимство», входящей в укрупненную группу специальностей входящей в укрупненную группу специальностей 43.00.00 Сервис и туризм и в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины ОПЦ.04 Менеджмент в туризме и гостеприимстве.

ФОС включает контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации (для проведения государственной итоговой аттестации) в форме выполнения заданий на практических занятиях, докладов, билетов.

ФОС разработаны на основании положений:

1. П ВГУ 2.2.04 – 2016 Положение о формировании фонда оценочных средств

для аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования Воронежского государственного университета

2. П ВГУ 2.2.01 — 2015 Положение о порядке организации и осуществления образовательной деятельности, текущей, промежуточной и итоговой аттестации по основным профессиональным образовательным программам среднего профессионального образования в Воронежском государственном университете.

1. Цели и задачи общеобразовательной учебной дисциплины / учебной дисциплины / профессионального модуля / программой практики / программой ГИА – требования к результатам освоения:

Цель освоения дисциплины «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»: формирование системы знаний в области организационной деятельности, необходимых для успешной практической профессиональной деятельности
Задачи:

уметь:

- применять практические навыки в решении ситуационных задач и совершенствовании направлений деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства

знать:

- теоретические, методические, информационные и организационные основы менеджмента в сфере туризма и гостеприимства на современном этапе развития экономики;

- методы управления в сфере туризма и гостеприимства, и возможности применения их в реальных условиях функционирования предприятий;

- современные тенденции развития индустрии гостеприимства и туризма и их влияние на основные подходы к управлению данной деятельностью.

Результатом освоения программы учебной дисциплины является овладение обучающимся общими (ОК) компетенциями:

Код компетенции	Содержательная часть компетенции
ОК-4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

2. Условия аттестации: Аттестация проводится в форме экзамена по завершению освоения учебного материала.

Время аттестации:

подготовка _____ 10 _____ мин.;

выполнение _____ 1 _____ часа _____ 35 _____ мин.;

оформление и сдача _____ 15 _____ мин.;

всего _____ 2 _____ часа _____ 00 _____ мин.

3. Программа оценивания контролируемой компетенции:

Текущая аттестация	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины и их наименование*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства**
1	Тема 1.1. Особенности туризма и гостеприимства как объекта управления	ОК-04	<i>Контрольная работа 1</i>
2	Тема 1.2. Система и структура управления туризмом и гостеприимством	ОК-04	<i>Контрольная работа 2</i>
3	Тема 1.3. Функции, принципы и методы менеджмента в туризме и гостеприимстве	ОК-04	<i>Контрольная работа 3</i>
4	Тема 1.4. Эффективность менеджмента туризма и гостеприимства	ОК-04	<i>Контрольная работа 4</i>
Итоговая аттестация			<i>Комплект КИМ для экзамена</i>

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА 1

1.Цель: закрепление и углубление теоретических знаний по разделу «Особенности туризма и гостеприимства как объекта управления», а также приобретение практических навыков по работе с офисной техникой.

2.Проверяемые компетенции (код): ОК-4.

3.Пример оценочного средства:

Контрольная работа по разделу «Особенности туризма и гостеприимства как объекта управления»

Требования к оценочному средству:

Контрольная работа включает в себя три типа заданий. В работе необходимо обязательно указать содержание (формулировку) каждого задания и ответ на него.

Первое задание - тестовое, рассчитано на оценивание порогового и базового уровней знаний и построено с использованием следующих типов тестовых вопросов: множественный и единичный выбор, установление соответствия и последовательности.

Второе задание контрольной работы - эссе, требует глубокого и подробного раскрытия указанного вопроса. Оно предполагает развернутый письменный ответ на вопрос задания в свободной форме. Желательно, чтобы эссе было логически структурировано, состояло из краткого вступления по содержанию вопроса и отражало собственные мысли автора по конкретным частям задания в виде кратких тезисов.

Третье задание контрольной работы - практическое задание, представленное в виде ситуационных, практико-ориентированных задач, кейсов.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

1. Руководитель предприятия туристического сервиса – это координатор, задающий ритм работе, обеспечивающий гармонию в деятельности своей структуры, так ли это:

- а) да;**
- б) нет;
- в) иногда.

2. Методы ... воздействия в туристской индустрии – это методы, которые используются для решения текущих задач и позволяют корректировать деятельность с учетом изменения ситуации, реализуются в форме приказа, распоряжения:

- а) прямого;
- б) косвенного;
- в) распорядительного.**

3. ... менеджмента в туризме – это основные правила, положения и нормы поведения, которыми руководствуются органы и отдельные руководители в процессе осуществления управленческого воздействия:

а) Принципы;

б) Планы;

в) Цели.

4. ... – отдых, получение туристом удовольствия и новых впечатлений, а также оздоровительные и лечебные, профессионально деловые, гостевые и др.:

а) Принципы менеджмента в туризме;

б) Главные цели туризма;

в) Функции менеджмента в туризм.

5. Туристским услугам присущи характеристики, которые отличают услугу от товара:

а) только неосязаемость и неразрывность производства;

б) неосязаемость, неразрывность производства и потребления, изменчивость и неспособность к хранению;

в) только изменчивость и неспособность к хранению.

6. Юридические лица, преследующие в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли, называются:

а) коммерческими организациями;

б) благотворительными организациями;

в) некоммерческими организациями.

7. Среда организации делится на: 1) общую; 2) оперативную; 3) внутреннюю; 4) внешнюю:

а) 1,2,3,4;

б) 1,2,3;

в) только 1,2.

8. Самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в установленном законом порядке, называется:

а) объектом;

б) звеном;

в) предприятием.

9. Процесс регулирования разных видов деятельности, структур организации - это:

а) анализ среды и стратегическое планирование;

б) контроль;

в) координация.

10. Миссия фирмы – это:

а) максимизация прибыли;

б) внешнее предназначение фирмы;

в) мотивация ее персонала.

11. Кто из руководителей компании отвечает за определение цели её развития:

а) менеджеры;

б) совет директоров;

в) руководители бизнес-единиц.

12. Какое название носит совокупность настоящих и потенциальных потребителей индустрии гостеприимства:

а) структура туристского рынка.

б) рынок гостиничных услуг;

в) ассоциация потребителей индустрии гостеприимства.

Эссе (тема на выбор):

1. Понятие и соотношение понятий «менеджмент» и «управление».
2. Основные ключевые понятия менеджмента и управления.
3. Управление как необходимость и объективная потребность деятельности человека

Ситуационные задачи (Case-Study):

Задание № 1. Кейс «Тур-экстрим»

Компания «Тур-экстрим» с 2002 года работает на туристическом рынке города Череповца. В числе первых ее предложений были рыбалка в Кении, а также отдых в России в стиле милитари – с катанием на БТР, полосой препятствий и полевой кухней. Но спустя несколько месяцев стало понятно, что экстрим-направление слишком дорого для череповецких туристов и себя не окупит. Постепенно компания начала уходить от экстрима и предлагать все больше стандартных туров: Турция, Египет, Кипр, Арабские Эмираты. Этим же занялся и второй офис «Тур-экстрима», открытый в Ярославле. Но турфирм в этих городах масса, и в большинстве своем предложения их одинаковы: все они продают одни и те же направления и виды туров.

Название компании тем временем все меньше отвечало изначальной задумке. Некоторых потенциальных клиентов это сбивало с толку: спрашивать в «Тур-экстриме» путевку в Анталию мало кому приходило в голову. Случалось, что клиенты, вместо того чтобы узнать о компании подробнее, шли напрямик к конкурентам. Однако сменить название в турфирме не решились, аргументируя это привычкой людей иметь дело со знакомой вывеской. Да и от идеи рано или поздно вернуться в направление развлечений и приключений «Тур-экстрим» пока не отказывается.

Сейчас, по словам исполнительного директора «Тур-экстрима» Марии Исайкиной, компания работает по принципу «делай то, что закажут». В неделю заключается около четырех-пяти контрактов в каждом из двух офисов. 25–30% заказов составляют заявки на семейный и корпоративный загородный отдых. Они же приносят примерно 60% дохода. Собственно экстрим обеспечивает всего 2–8% прибыли. В последнее время туристические компании отмечают большой спрос на отдых на юге России, поэтому существует возможность заняться еще и этим направлением. С другой стороны, есть риск окончательно потеряться в нишах и услугах. Но «Тур-экстрим» хочет при этом сохранить индивидуальность и развивать первоначально намеченное направление «развлечения и приключения». Имеет ли смысл развивать подобные услуги в регионе и как компания может формировать спрос на развлечения и приключения? Какую стратегию выбрать региональной туристической фирме?

Задание № 2. Творческое задание

Задание

Для компании «Тур-экстрим», ситуация которой описана в кейсе № 1:

1. Предложите набор рекламных мероприятий, с использованием различных рекламных средств, исходя из рыночной ситуации, в которой оказалась фирма. Распределите эти мероприятия по календарному году с привязкой к конкретным периодам начала, продолжения и окончания того или иного рекламного мероприятия. Можно составить таблицу.

№ п/п	Наименование мероприятия	Начало мероприятия	Продолжительность/частота мероприятия	Окончание мероприятия	Примечание

2. Неизвестный доброжелатель готов вложить неограниченную сумму денег в данную фирму. Единственным условием является съемка оригинального рекламного ролика для этой фирмы. Разработайте сценарий рекламного ролика.

Задание № 3. Кейс «На перепутье»

Описание ситуации

Портал «100 дорог» — старожил Рунета, проект стартовал еще в 1996 году. Изначально его создатель компания «Аримсофт», специализировавшаяся на разработке и продаже программного обеспечения для турфирм, хотела привлечь внимание представителей турбизнеса к своим продуктам. Но уже в 1997-м сайт стал развиваться как самостоятельный проект. Для увеличения посещаемости были введены такие рубрики, как «туры» (предложения турфирм с возможностью заказа туров), «турфирмы» (каталог компаний), «билеты» (бронирование онлайн). Постепенно появлялись все новые тематические разделы: обзоры по популярным курортам и странам, дайджесты туристической прессы и новости.

По данным исследовательской компании «Комкон», в начале 2000 года портал «100 дорог» входил в топ-50 самых известных сайтов российского интернета. Единственную серьезную конкуренцию ему составлял другой популярный туристический сайт — Travel.ru. В конце 1990-х — начале 2000-х годов эти два ресурса привлекали более 60% турфирм-рекламодателей в интернете.

Однако со временем старожилов начали теснить другие проекты. Например, информационно-поисковые системы «Туры.ру», «Ехать!», один за другим создавались порталы, по тематике и содержанию близкие к «100 дорогам», — «В отпуск.ру», «Туризм.ру», «Отзыв.ру» и др. К тому же на раскрученных сервисах, таких как Mail.ru, тоже стали появляться разделы, посвященные путешествиям.

В 2007 году «Аримсофт» продал «100 дорог» (имена новых владельцев в компании не раскрывают), а летом 2009 года, в самый разгар кризиса, должность генерального директора проекта заняла Мария Малышева. Сейчас перед руководством портала стоит стратегическая задача: удержать аудиторию на сайте, а также привлечь новых пользователей, не дав им уйти на другие ресурсы. И, соответственно, не потерять доходы от рекламы, которые составляют 70% в обороте компании (оставшиеся 30% приходятся на комиссионные от сервисных услуг — бронирования и заказа билетов, отелей, туров и т. п.). Но как справиться с этой задачей?

Между клубом и магазином

По словам Марии Малышевой, ей достался вполне успешный интернет-проект. Различные интернет-счетчики фиксируют на сайте «100 дорог» 23–25 тыс. хостов (уникальных пользователей) в день в зависимости от сезона. Согласно статистике «Rambler топ-100», на 10 февраля 2010 года по данному показателю портал занимал девятое место в Рунете в разделе «Путешествия».

Как отмечает Малышева, даже в эпоху экономической нестабильности сайту удалось сохранить доходы от рекламы (в рублях) на докризисном уровне. А число рекламодателей, заключивших долгосрочные (годовые) контракты, даже выросло на 20% по сравнению с 2008 годом. «Рынок интернет-рекламы просел меньше, чем другие рекламные рынки, поэтому мы можем чувствовать себя относительно спокойно, — говорит Малышева. — Но расслабляться нельзя, обгонят вмиг».

По словам гендиректора, рекламодатели, дающие рекламу в Сети, в первую очередь ориентируются на посещаемость сайта и активность аудитории — переходы по страницам, время, проведенное на ресурсе, и т. п. Для привлечения большего количества пользователей на сайте постоянно появляются новые разделы.

Развитие портала сегодня идет в трех направлениях. Во-первых, сайт уделяет внимание прикладным сервисам по покупке/продаже услуг и товаров, так или иначе связанных с туризмом. Например, нынешней зимой помимо обычного онлайн-бронирования авиа- и железнодорожных билетов с доставкой курьером на дом появилась услуга заказа электронных билетов (e-tickets). Весной на сайте заработает раздел, где посетители ресурса смогут напрямую связываться с частными владельцами жилья и самостоятельно арендовать комнату или квартиру на период отпуска или командировки как в России, так и за границей. Планируется запустить сервис по онлайн-бронированию автотранспорта. На сайте работает интернет-магазин товаров для активного отдыха — там продаются сноуборды, роликовые коньки, велосипеды.

Во-вторых, сайт функционирует как информационный портал: публикуются новости, мнения экспертов туррынка по отраслевым вопросам, тематические обзоры по странам, справочная информация о курортах и отелях.

В-третьих, «100 дорог» пытается развиваться как социальная сеть. Еще с 2005 года на сайте существует «Клуб стодорожников» — здесь любители путешествий могут общаться между собой, оставлять отзывы о путешествиях, курортах и отелях, выкладывать фотографии и т. п. Недавно пользователи получили возможность выкладывать также и видеоролики. Этой зимой компания начала проводить различные конкурсы с призами — например, конкурс на лучший отзыв, лучший видео- или фотоматериал об отдыхе.

«Сейчас популярные социальные сети активно развиваются как рекламные площадки,— говорит Малышева.— Конечно, мы вряд ли составим конкуренцию тем же «Одноклассникам» или «В контакте», но можем быть успешными и привлекательными для рекламодателей как нишевая социальная сеть». Сегодня в «Клубе стодорожников» около 6,5 тыс. членов, правда, активны из них не более 30%. «Нам надо постоянно подкармливать аудиторию чем-то новым, чтобы растормозить»,— рассуждает Малышева. Чем именно — один из самых острых вопросов.

На кого работаем?

По оценкам генерального директора «100 дорог», около 90% посетителей портала — люди от 25 до 40 лет. При этом более половины (70%) имеют детей. Молодежи до 20 лет на портале практически нет. Портрет «стодорожников» Малышеву вполне устраивает: «Не могу сказать, что мы сильно нуждаемся в студентах или подростках. Наша нынешняя аудитория наиболее социально активна и, как правило, финансово независима. Именно такие посетители наиболее привлекательны для рекламодателей».

Руководители проекта считают, что и содержание, и сервисы, которые предлагает «100 дорог», в целом отвечают запросам аудитории. Однако, по данным счетчика «Rambler топ-100», примерно 65% посетителей просматривают на сайте всего одну страницу. На две страницы заходят около 16% аудитории, три-пять страниц посещают лишь 10%. При этом большая часть пользователей ограничивается просмотром главной страницы, на втором месте по популярности оказывается информация о странах и турах, на третьем — раздел «билеты». Для столь многопрофильного ресурса не самая выгодная статистика.

«Возможно, мы чего-то не учли и нужно дополнять портал другой информацией и услугами,— говорит Мария Малышева.— Поэтому хочется понять, что именно будет больше всего пользоваться спросом у наших посетителей».

Разделить и властвовать

Еще один вопрос, который сейчас задает себе Мария Малышева,— нужно ли весь массив информации размещать на одном сайте.

Хотя сегодня на «100 дорогах» наиболее востребованы прикладные сервисы, жертвовать «социальной составляющей» и превращать ресурс в банальный онлайн-магазин для туристов Малышева не хочет.

«Вполне возможно, что нашим посетителям просто не нужен многопрофильный ресурс,— говорит гендиректор.— Может быть, им удобнее бронировать туры или билеты на одном сайте, спортивный инвентарь покупать на другом, читать справочную информацию на третьем, а общаться в форумах на четвертом».

У портала «100 дорог» есть несколько доменных имен — 100dorog.ru, stodorog.ru, tours.ru, при этом все сайты идентичны по содержанию. То есть, набрав в браузере, например, tours.ru, пользователь попадет на сайт 100dorog.ru. Руководство компании уже зарегистрировало доменное имя и в кириллической зоне .рф (сайт запустят весной 2010 года).

Как вариант развития проекта топ-менеджмент рассматривает возможность разделить портал на отдельные сайты — каждый с ограниченным функционалом. Технически такая возможность есть. Например, на tours.ru пользователи будут бронировать туры, отели и билеты, на 100dorog.ru общаться в «Клубе стодорожников», на третьем ресурсе знакомиться с новостями туррынка, читать обзоры по странам и т. п.

«В этом случае, мы, конечно, получим больше рекламных площадок,— говорит Малышева,— а рекламные обращения станут более эффективными, поскольку их увидит более узкая целевая аудитория». В данной стратегии есть и еще одно преимущество. Раскладывая яйца по разным корзинам, компания минимизирует риски. Если доходы от рекламы на одном ресурсе будут падать, то можно компенсировать потери на другом сайте с более востребованными сервисами.

С другой стороны, в разделении портала на отдельные сайты есть и опасность. Малышева опасается, что это размоет аудиторию, и количество посетителей каждого отдельного сайта упадет. Что повлечет за собой отток рекламодателей и, соответственно, обернется убытками для «100 дорог».

По словам Марии Малышевой, сегодня на Западе большей популярностью пользуются многопрофильные ресурсы, где на одном сайте представлено максимум информации и услуг по определенной тематике — туризм, здоровье, еда и т. п. По такому же пути развиваются и отечественные туристические сайты. «Но не исключено, что мы поступаем недальновидно, делая ставку на «сборную солянку»,— говорит Малышева.— Может быть, выделив «Клуб стодорожников» в отдельный сайт, мы сумели бы первыми занять выгодную нишу тематической соцсети в туризме».

ВОПРОСЫ

Команда топ-менеджеров просчитывает различные варианты стратегии развития «100 дорог», но к единому мнению пока не пришла. Какие сервисы в будущем станут наиболее востребованы посетителями? Стоит ли разделить «100 дорог» на отдельные сайты или сделать ставку на многопрофильный интернет-ресурс? Как сохранить аудиторию, не дав ей уйти к конкурентам?

4. Критерии оценивания:

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«отлично»	- все задания выполнены без ошибок; - все задания подробно расписаны; - получены верные ответы; - на основе полученных расчётных данных на отличном уровне выполнен анализ и выводы: глубина, структурность, аргументированность и ясность.
«хорошо»	- все задания выполнены без грубых ошибок; - в большей степени задания подробно расписаны; - получены верные ответы; - на основе полученных расчётных данных на хорошем уровне выполнен анализ и выводы: глубина, структурность, аргументированность и ясность.
«удовлетворительно»	- задания выполнены с ошибками; - не все задания расписаны; - получены в основном верные ответы; - на основе полученных расчётных данных на удовлетворительном уровне выполнен анализ и выводы: глубина, структурность, аргументированность и ясность.
«неудовлетворительно»	- задания выполнены с грубыми ошибками; - не все задания расписаны; - получены в основном не верные ответы.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА 2

1.Цель: закрепление и углубление теоретических знаний по разделу «Система и структура управления туризмом и гостеприимством».

2.Проверяемые компетенции (код): ОК-4

3.Пример оценочного средства:

Контрольная работа по разделу «Система и структура управления туризмом и гостеприимством»

Требования к оценочному средству:

Контрольная работа включает в себя один тип заданий. В работе необходимо обязательно указать содержание (формулировку) каждого задания и ответ на него.

Задание контрольной работы - устные вопросы, предполагает развернутый устный ответ на вопрос задания в свободной форме.

Вопросы для текущего контроля знаний (устный опрос)

1. Основные ключевые понятия менеджмента и управления: управление, менеджмент, менеджер, менеджеризм, организация, объект и субъект управления, субъект управленческой деятельности, иерархия
2. Соотношение понятий «менеджмент» и «управление»
3. Требования к менеджеру
4. Обязанности менеджера
5. Основные качества менеджера, бизнесмена, предпринимателя
6. Особенности общего управления предприятием сферы сервиса и туризма
7. Уровни управления: высший (институциональный) уровень, средний (управленческий) уровень, низший (технический) уровень. Характеристика каждого уровня
8. Содержание управленческой деятельности сферы сервиса и туризма
9. Внутренняя и внешняя среда бизнеса сферы сервиса и туризма
10. Внешняя среда туристического бизнеса
11. Факторы внешней среды прямого и косвенного воздействия
12. Сложность, подвижность и неопределенность внешней среды
13. Характеристика внешней среды
14. Основные задачи по оценке воздействия различных факторов внутренней и внешней среды

4. Критерии оценивания:

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«отлично»	- все задания выполнены без ошибок; - все задания подробно расписаны; - получены верные ответы; - на основе полученных расчётных данных на отличном уровне выполнен анализ и выводы: глубина, структурность, аргументированность и ясность.
«хорошо»	- все задания выполнены без грубых ошибок; - в большей степени задания подробно расписаны; - получены верные ответы; - на основе полученных расчётных данных на хорошем уровне выполнен анализ и выводы: глубина, структурность, аргументированность и ясность.
«удовлетворительно»	- задания выполнены с ошибками; - не все задания расписаны; - получены в основном верные ответы; - на основе полученных расчётных данных на удовлетворительном уровне выполнен анализ и выводы: глубина, структурность, аргументированность и ясность.

«неудовлетворительно»	- задания выполнены с грубыми ошибками; - не все задания расписаны; - получены в основном не верные ответы.
-----------------------	---

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА 3

1.Цель: закрепление и углубление теоретических знаний по разделу «Функции, принципы и методы менеджмента в туризме и гостеприимстве».

2.Проверяемые компетенции (код): ОК-4

3.Пример оценочного средства:

Контрольная работа по разделу «Функции, принципы и методы менеджмента в туризме и гостеприимстве»

Требования к оценочному средству:

Контрольная работа включает в себя два типа заданий. В работе необходимо обязательно указать содержание (формулировку) каждого задания и ответ на него.

Первое задание - устные вопросы, предполагает развернутый устный ответ на вопрос задания в свободной форме.

Второе задание - эссе, требует глубокого и подробного раскрытия указанного вопроса. Оно предполагает развернутый письменный ответ на вопрос задания в свободной форме. Желательно, чтобы эссе было логически структурировано, состояло из краткого вступления по содержанию вопроса и отражало собственные мысли автора по конкретным частям задания в виде кратких тезисов.

Вопросы для текущего контроля знаний (устный опрос)

1. Понятие структуры, организации, организационной структуры
2. Структура управления производством
3. Звенья управления. Ступени управления
4. Структура аппарата управления
5. Организационная структура предприятия
6. Требования к построению рациональной структуры аппарата управления: оперативность, надежность, экономичность, оптимальность
7. Факторы, определяющие организационную структуру управления
8. Бюрократические и адаптивные структуры управления, их характеристика
9. Типы организационных структур управления: линейная, функциональная, линейнофункциональная (штабная), дивизиональная, матричная.

Эссе (тема на выбор):

1. Понятие организационной структуры управления
2. Типы организационных структур
3. Разделение труда в туристских организациях

4. Критерии оценивания:

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
--------	---

«отлично»	<ul style="list-style-type: none"> - все задания выполнены без ошибок; - все задания подробно расписаны; - получены верные ответы; - на основе полученных расчётных данных на отличном уровне выполнен анализ и выводы: глубина, структурность, аргументированность и ясность.
«хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> - все задания выполнены без грубых ошибок; - в большей степени задания подробно расписаны; - получены верные ответы; - на основе полученных расчётных данных на хорошем уровне выполнен анализ и выводы: глубина, структурность, аргументированность и ясность.
«удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> - задания выполнены с ошибками; - не все задания расписаны; - получены в основном верные ответы; - на основе полученных расчётных данных на удовлетворительном уровне выполнен анализ и выводы: глубина, структурность, аргументированность и ясность.
«неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> - задания выполнены с грубыми ошибками; - не все задания расписаны; - получены в основном не верные ответы.

ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА 4

1.Цель: закрепление и углубление теоретических знаний по разделу «Эффективность менеджмента туризма и гостеприимства».

2.Проверяемые компетенции (код): ОК-4.

3.Пример оценочного средства:

Контрольная работа по разделу «Эффективность менеджмента туризма и гостеприимства»

Требования к оценочному средству:

Контрольная работа включает в себя два типа заданий. В работе необходимо обязательно указать содержание (формулировку) каждого задания и ответ на него.

Первое задание - тестовое, рассчитано на оценивание порогового и базового уровней знаний и построено с использованием следующих типов тестовых вопросов: множественный и единичный выбор, установление соответствия и последовательности.

Второе задание - эссе, требуют глубокого и подробного раскрытия указанного вопроса. Оно предполагает развернутый письменный ответ на вопрос задания в свободной форме. Желательно, чтобы эссе было логически структурировано, состояло из краткого вступления по содержанию вопроса и отражало собственные мысли автора по конкретным частям задания в виде кратких тезисов.

ТЕСТОВОЕ ЗАДАНИЕ

1. Кто должен осуществлять контроль за выполнением поставленных задач перед коллективом:
 - а) Специалисты;
 - б) Работники;
 - в) Руководители.**

2. Контроль - это:
 - а) Вид управленческой деятельности по обеспечению выполнения определенных задач и достижения целей организации;**
 - б) Вид человеческой деятельности;
 - в) Наблюдение за работой персонала организации.

3. Для сокращения потребности в контроле целесообразно:
 - а) Создавать организационные и социально-психологические условия для персонала;**
 - б) Создавать соответствующие социальные условия для персонала;
 - в) Создавать соответствующие организационные условия для персонала.

4. Контроль должен быть:
 - а) Объективным и гласным;
 - б) Гласным и действенным;
 - в) Объективным, деловым, эффективным, систематическим и гласным.**

5. Эффективность управления - это:
 - а) уровень затрат;
 - б) увеличение выпуска товара;
 - в) сопоставление затрат и результатов.**

6. Качественные показатели эффективности включают:
 - а) повышение квалификации менеджеров;**
 - б) уровень культуры в организации;**
 - в) сокращение трудоемкости управления.

7. Социальная ответственность организации - это:
 - а) ответственность перед администрацией региона;
 - б) уголовная ответственность;
 - в) добровольная ответственность перед обществом.**

8. Понятие «эффективность управления» относится:
 - а) к объекту управления;
 - б) к субъекту управления;**
 - в) к технологии производства.

9. Интеграция управления - это:
 - а) координация деятельности;
 - б) реформирование организации;
 - в) объединение усилий всех подразделений организации.**

10. Стиль руководства – это:
 - а) Авторитет руководителя;
 - б) Индивидуальный подход руководителя к подчиненному;
 - в) Методы и приемы руководства.**

11. Связь между функциями планирования и контроля ...:
- а) **имеется, так как именно планирование конкретизирует цели;**
 - б) не имеется, так как в управленческом цикле контроль следует за функцией организации, а не за планированием;
 - в) и да, и нет, все зависит от личности руководителя.

12. Коммуникация – это ...
- а) **процесс обмена информацией между людьми и организациями и ее использование в принятии решений;**
 - б) межличностные отношения вне организации;
 - в) взаимодействие между организациями и людьми.

Эссе (тема на выбор):

1. Экономические отношения в менеджменте туризма
2. Технологии, обеспечивающие развитие туризма
3. Экономическая эффективность менеджмента туризма

4. Критерии оценивания:

Уровень освоения компетенции	Тип задания	Критерий оценки	Оценочный балл
Повышенный	тест	ответ верный	3
		ответ частично верный (менее 50 % ошибок)	2
	эссе	ответ верный	7
		ответ частично верный (менее 50 % ошибок)	3
	Кейс-задание	ответ верный (решение правильное)	10
		решение частичное верное (менее 50 % ошибок)	5
Базовый	тест	ответ верный	2
		ответ частично верный (менее 40 % ошибок)	1
	эссе	ответ верный	5
		ответ частично верный (менее 40 % ошибок)	2
	Кейс-задание	ответ верный (решение правильное)	6
		решение частичное верное (менее 40 % ошибок)	3
Пороговый	тест	ответ верный	1

	эссе	ответ верный	2
		ответ частично верный (менее 40 % ошибок)	1
	Кейс-задание	ответ верный (решение правильное)	3
		решение частично верное (менее 40 % ошибок)	1
Неудовлетворительны й	тест	ответ неверный или отсутствует	0
	эссе	ответ неверный или отсутствует	0
	Кейс-задание	ответ неверный (принципиально неверное решение)или отсутствует	0

Комплект КИМ для экзамена

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма

_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство
Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»
Курс – 2
Форма обучения – очная
Вид аттестации - итоговая
Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №1

1. Понятие и соотношение понятий «менеджмент» и «управление»
2. Понятие хозяйствующего субъекта, юридического лица

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева
подпись

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма
_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство

Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»

Курс – 2

Форма обучения – очная

Вид аттестации - итоговая

Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №2

1. Основные ключевые понятия менеджмента и управления
2. Схема управляющего воздействия на объект управления

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма
_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство

Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»

Курс – 2

Форма обучения – очная

Вид аттестации - итоговая

Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №3

1. Основные подходы к менеджменту
2. Понятие и содержание производственно-хозяйственной деятельности

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма
_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство

Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»

Курс – 2

Форма обучения – очная

Вид аттестации - итоговая

Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №4

1. Развитие теории научного менеджмента
2. Принципы управления Ф. Тейлора

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма
_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство

Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»

Курс – 2

Форма обучения – очная

Вид аттестации - итоговая

Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №5

1. Сущность организации как функции менеджмента
2. Сущность, роль и значение функции мотивации и стимулирования в системе менеджмента

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма
_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство

Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»

Курс – 2

Форма обучения – очная

Вид аттестации - итоговая

Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №6

1 Общие черты и свойства организаций

2. Понятие о структуре организации и ее подразделениях

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма
_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство

Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»

Курс – 2

Форма обучения – очная

Вид аттестации - итоговая

Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №7

1. Методология ситуационного подхода к менеджменту
2. Требования к построению рациональных структур аппарата управления

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма
_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство

Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»

Курс – 2

Форма обучения – очная

Вид аттестации - итоговая

Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №8

1. Основные понятия мотивационного менеджмента
2. Характеристика теорий мотивации

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма
_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство

Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»

Курс – 2

Форма обучения – очная

Вид аттестации - итоговая

Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №9

1. Основные этапы процесса стратегического планирования
2. Тактика, её характеристики

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма
_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство

Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»

Курс – 2

Форма обучения – очная

Вид аттестации - итоговая

Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №10

1. Содержание и сущность коммуникаций
2. Базовые элементы коммуникационного процесса

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма
_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство

Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»

Курс – 2

Форма обучения – очная

Вид аттестации - итоговая

Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №11

1. Сущность и теория лидерства
2. Функции, выполняемые лидером

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
рекреационной географии,
страноведения и туризма
_____ С.В. Федотов
« ____ » _____ 2024 г.

Специальность: 43.02.16 – Туризм и гостеприимство

Дисциплина – «Менеджмент в туризме и гостеприимстве»

Курс – 2

Форма обучения – очная

Вид аттестации - итоговая

Вид контроля – экзамен

Контрольно-измерительный материал №12

1. Основные понятия конфликта
2. Характеристика уровней конфликта в организации

Преподаватель _____ Д.С. Гуляева